



創業段階に応じた新興起業の成功要因に関する実証研究

| | |
|--------|---|
| 著者 | 田口 壮輔 |
| 発行年 | 2018 |
| 学位授与大学 | 筑波大学 (University of Tsukuba) |
| 学位授与年度 | 2017 |
| 報告番号 | 12102甲第8502号 |
| URL | http://doi.org/10.15068/00152219 |

創業段階に応じた新興起業の成功要因
に関する実証研究

2018年 3月

田口 壮輔

創業段階に応じた新興起業の成功要因
に関する実証研究

田口 壮輔

システム情報工学研究科

筑波大学

2018年 3月

目次

| | |
|--|----|
| 序章 問題設定 | 1 |
| 第1節 新興起業の社会経済的重要性と課題 | 1 |
| 第2節 研究の方法 | 4 |
| 第3節 本論文の構成 | 11 |
| 第1章 新興起業家の成功要因および創業過程 | 14 |
| 第1節 新興起業家が有する3つの資本 | 14 |
| 1-1 財務的資本の影響 | 15 |
| 1-2 人的資本の影響 | 16 |
| 1-3 社会関係資本の影響 | 18 |
| 第2節 創業過程と起業機会の発見・深耕 | 19 |
| 第3節 本章のまとめ | 21 |
| 第2章 PSED (Panel Study of Entrepreneurial Dynamics) | 23 |
| 第1節 PSED の概要 | 23 |
| 第2節 PSED を用いた実証研究の概要 | 26 |
| 第3節 PSED II の基礎分析 | 29 |
| 3-1 起業と事業の特性 | 29 |
| 3-2 創業活動の実施状況 | 34 |
| 第4節 本章のまとめ | 38 |
| 第3章 情報収集と活用に関する実証分析 | 40 |
| 第1節 リサーチ・クエスションと仮説 | 40 |
| 1-1 リサーチ・クエスション | 40 |
| 1-2 仮説 | 40 |
| 第2節 分析手法 | 43 |
| 2-1 データと分析手法 | 43 |
| 2-2 従属変数 | 44 |
| 2-3 独立変数 | 45 |
| 2-4 コントロール変数 | 46 |
| 第3節 分析結果と考察 | 47 |
| 第4節 結論と課題 | 51 |

| | |
|---|----|
| 第4章 会計機能に関する実証分析 | 54 |
| 第1節 リサーチ・クエスチョンと仮説 | 54 |
| 1-1 リサーチ・クエスチョン | 54 |
| 1-2 仮説 | 55 |
| 第2節 分析手法 | 58 |
| 2-1 データと分析手法 | 58 |
| 2-2 従属変数と独立変数 | 59 |
| 2-3 コントロール変数 | 60 |
| 第3節 分析結果と考察 | 62 |
| 3-1 分析①の結果と考察 | 62 |
| 3-2 分析②の結果と考察 | 65 |
| 3-3 分析③の結果と考察 | 68 |
| 第4節 結論と課題 | 72 |
| 第5章 新興起業家の志向と社会関係資本に関する実証分析 | 75 |
| 第1節 リサーチ・クエスチョンと仮説 | 75 |
| 1-1 リサーチ・クエスチョン | 75 |
| 1-2 仮説 | 76 |
| 第2節 分析手法 | 78 |
| 2-1 データと分析手法 | 78 |
| 2-2 従属変数 | 78 |
| 2-3 独立変数 | 79 |
| 2-4 コントロール変数 | 80 |
| 第3節 分析結果と考察 | 81 |
| 第4節 結論と課題 | 91 |
| 終章 結論と課題 | 94 |
| 第1節 結論と限界 | 94 |
| 1-1 序章の要約（問題設定） | 94 |
| 1-2 第1章の要約（新興起業家の成功要因及び創業過程） | 95 |
| 1-3 第2章の要約（PSED（Panel Study of Entrepreneurial Dynamics）） | 96 |
| 1-4 第3章の要約（情報収集と活用に関する実証分析） | 96 |
| 1-5 第4章の要約（会計機能に関する実証分析） | 97 |
| 1-6 第5章の要約（新興起業家の志向と社会関係資本に関する実証分析） | 98 |

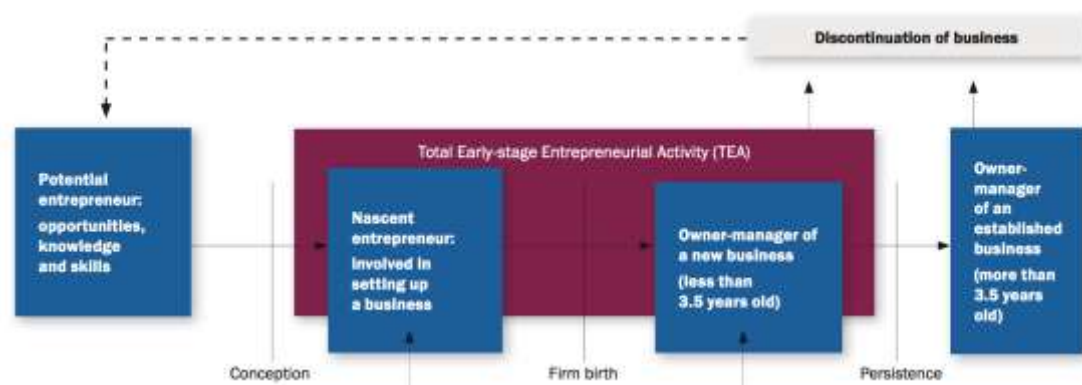
| | |
|--------------------|-----|
| 1-7 全体としての結論..... | 99 |
| 1-8 本研究の貢献と限界..... | 101 |
| 第2節 今後の研究課題..... | 104 |

序章 問題設定

第1節 新興起業の社会経済的重要性と課題

新興起業は、雇用創出や生産性向上、新製品・市場の開拓、イノベーションに対して重要な役割を果たすと認識されている。そして、新興起業の促進は、多くの国において重要な政策テーマの一つとなっている。

米国ハブソン大学や英国ロンドン大学ビジネススクールの起業研究者を中心とするプロジェクトチームによって毎年実施されているグローバル・アントレプレナーシップ・モニター（Global Entrepreneurship Monitor : GEM）という調査は、50 か国以上で統一された手法を用いた調査を行い、世界各国における起業状況を把握可能である。GEM は新興起業家の創業過程を図 0-1 のようにモデル化し、各国の起業状況を定量的に示し比較するため、総合起業活動指数（Total Entrepreneurial Activity : TEA）という指標を用いている。TEA とは、起業活動を実施している者が、成人人口 100 人当たり何人存在しているかを示す指標である。TEA は表 0-1 に定義が示される「懐妊期の起業家」と「乳幼児期の起業家」を対象とし、各国の TEA の比較は図 0-2 のとおりである。



出典：Global Entrepreneurship Research Association（2017）

図 0-1 GEM における起業の段階

表 0-1 GEM における各段階の起業家の定義

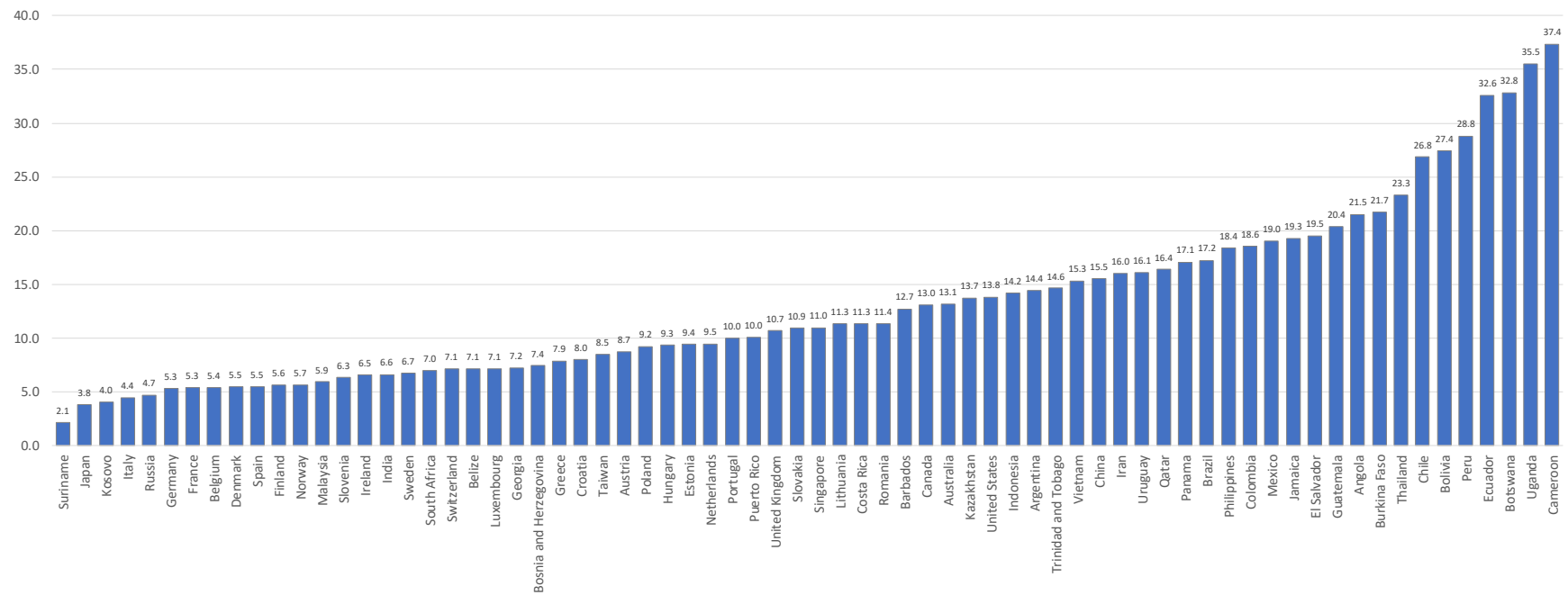
| 起業家の区分 | 定義 |
|---|--|
| 懐妊期の起業家 (Nascent Entrepreneur) | 新しく事業を始めるために積極的に準備をしているが、まだ実際には始めていない人 |
| 乳幼児期の起業家 (Owner-manager of a new business) | 誕生して 42 ヶ月未満の新しいオーナー・マネージャー |

日本では 1990 年代から各種制度の整備や支援策の提供が実施されてきたが、TEA を見ると日本は 5.0 以下であり、調査対象国の中でも極めて低い。こうした日本の新興起業の現状を克服すべく、2016 年 6 月に閣議決定された『日本再興戦略』改訂 2014—未来への挑戦—において、成長戦略に係る政策の柱の一つとして、「産業の新陳代謝とベンチャーの加速」が掲げられるようになった。そこでは大企業からのスピノフ等も含めて、新興起業の支援と促進を総合的に行うとされている。

一方で、新興起業に関する多くの研究は、その雇用創出および生産性向上、新製品・市場の開拓、イノベーションに対する一定の重要性を認めてきた (e.g. Carroll and Hannan, 2000; Klepper, 2002; Foster et al., 2002; van Praag and Versloot, 2007)。van Praag and Versloot (2007) は、57 件の研究プロジェクトに関する独立した 87 件の実証分析を調査し、新興起業の雇用創出および生産性向上、イノベーション、新興起業家の効用に対する影響について検証しており、新興起業はこれらに正の効果があると結論づけている。

さらに、新興起業の社会経済的重要性をマクロ的に示す研究だけでなく、どうすれば新興起業を成功裏に進展させられるかについてのミクロ的な研究も、数多く蓄積されてきた¹。それらの研究は、(1)新興起業の創業メンバー (Top Management Team、以下 TMT) が有する資本 (capital, equity, asset など) が重要であること、(2)それら資本の中で TMT が有する財務的資本 (financial capital) だけでなく、非財務的な人的資本 (human capital) と社会関係資本 (social capital) が特に重要であること、(3)それらの TMT が有する資本と創業過程の進展にはいくつかの法則が存在すること、を理論的・実証的に示してきた。つまり、新興起業研究の中で、新興起業家に注目した研究が大いに発展してきたのである。

¹ 先行研究の詳細は、第 1 章で取り上げる。



出典：GEM（2014）

図 0-2 各国における TEA の状況（2014 年）

これら新興起業家研究における新興起業家（Nascent Entrepreneur）とは、新たな事業の開始に向けて具体的な創業活動に従事している者を指し、懐妊期の起業家と訳されることもある。ここで、一連の先行研究における実証分析では、個人事業や家族経営を含む平均的な起業家と、amazon.comやgoogleのようなグローバル志向や成長志向が非常に高い特別なベンチャー起業家との間の区分が、必ずしも明確ではなかった。そのため、平均的な新興起業家はベンチャー起業家とは異なり、新興起業の社会的・経済的効果と見なされている事項についても必ずしも該当するわけではない（Shane, 2010）という警鐘がなされはじめた。つまり、平均的な新興起業家を想定したミクロ的研究の重要性が再認識されるようになったのである。

本研究は、平均的な起業家を想定したミクロ的研究を発展させることを企図している。なぜなら、前述したわが国の政策も含めて、Shane（2010）の観点で言う平均的でない特殊性の高いベンチャー起業家を支援することが強調されすぎてしまっているように思われるのである。一方で、その他大多数としての平均的な新興起業家を想定したミクロ的研究も拡充させ、経営上の示唆を得るとともに、社会経済的な底上げに寄与する学術界ならではの貢献が必要ではなかろうか。ベンチャー支援政策という名のもとに、ベンチャー起業家を想定した理論や論理を平均的な新興起業家にあてはめてしまい、うまく噛み合わず、社会経済的な損失が生じるリスクだけは避けなければならない。また、個人事業や家族経営を想定しているのに、ベンチャー起業家を想定した理論や論理をあてはめてしまうことにも注意を要するのである。

ただし、平均的な新興起業家を想定した実証研究を進めるうえで、わが国は誰もが利用可能な調査データが十分整備されていないという大きな課題がある。一方で、図0-2のとおり、先のGEMのTEAが先進国の中で最高水準の13.8を記している米国では、研究目的での利用を想定した大規模調査として、新興起業家に対する充実した調査データがすでに存在している。そこで本研究では、新興起業先進国である米国のデータを用いて、平均的な起業家を想定したミクロ的研究を行うこととする。

第2節 研究の方法

2-1 本研究全体の研究課題

前述のとおり本研究は、平均的な起業家を想定したミクロ的研究を発展させること

を企図している。

そもそも新興起業家は、その社会経済的重要性が認識されているものの、既に安定している企業に比べて、その新しさゆえの脆弱 (liability of newness) を有し、その創業過程には多くの困難が伴う (Stinchcombe, 1965)。そのため、様々な創業活動を完了し事業化を成功させることが難しく、また事業化に成功した場合も廃業率が高いとされる (Shepherd et al., 2000)。しかしながら、そうした中でも事業化や黒字化等を達成し、高い組織業績をあげる新興起業家が存在している。そのため、新興起業家の創業過程において、その成功要因や各要因の影響のメカニズムを把握することは、新興起業家の成功確率を高めるとともに、その社会経済的効果を高める上で重要であると考えられる。

ただし、本研究が注目する平均的な新興起業家の成功要因についてミクロ的に実証分析する上で、少なくとも以下の 2 つの論点がある。1 つは、新興起業家の特性（特に人的資本）と起業機会の深耕との間の関係性は未だ不明確であることである。2 つめは、創業過程の重要なマイル・ストーンであるビジネスプラン（事業計画）の作成と、起業の成果との関係である。

新興起業の創業過程は新興起業家ごとにその実施順序や期間が異なり、一律の創業活動を想定することが難しい (Reynolds and Miller, 1992; Liao et al, 2005)。そのため、創業活動の内容は大枠の枠組みが提示されてきた。その古典的な枠組みは、事業機会認知の段階 (opportunity stage)、生産技術確立および組織設立の段階

(technology setup and organization creation stage)、市場参入の段階 (exchange stage) の 3 区分 (Bhave, 1994) である。そしてこの 3 段階は、より包括的に起業機会の発見 (discovery) と起業機会の深耕 (exploitation) という 2 区分によって整理されるようになった (Shane and Venkataraman, 2000)。

ここで、新興起業家が有する人的資本は、起業の意思決定や起業機会の発見に対しては正の効果があるが、事業継続や黒字化といった起業機会の発見以降の段階に対してはあまり効果がないという研究が存在している (Davidsson and Honig, 2003; Kim et al., 2006; Diochon et al., 2008)。これは前述した「起業機会の発見」と「起業機会の深耕」の区分で言うと、前者には人的資本は重要であるが、後者と人的資本との関係は必ずしも明確ではないということである。

また、新興起業が事業体として構造的凝集（Aldrich, 1999）を高め、起業の成功可能性を高めるうえで、ビジネスプランの新たな役割が明らかになってきたことを忘れてはならない。ビジネスプランは、企業をとりまく環境を意識して作成された企業の目的や基本方針、計画を実現するための組織的かつ体系立てられた手順を説明したものである（Grinyer and Norbun, 1975）。Liao and Gartner (2006)は、ビジネスプランを完成させた新興起業はそうでない企業に比べて 2.6 倍も活動が継続することを示した。Delmar and Shane(2003)は、ビジネスプランには抽象的なゴールを明確な目標にし、新興起業の活動を発展・加速化する役割があることを実証した。その他にも様々な先行研究でビジネスプランが新興起業のパフォーマンスに良い影響を与えることが示されている（e.g., Berry, 1998; Gibson and O' Connor, 2005; Robinson and Pearce, 1984）。

ここで注目したい研究は、大江ほか（2015）による「実態に即したビジネスプラン」と「最初の黒字化」との関係を検証した実証分析である。大江ほか（2015）の実証分析によると、新興起業においてビジネスプランは単に存在すればよいのではなく、TMT が自信を持って「実態に即している」と答えられる質の高いプランであることが重要である。大江ほか（2015）は、絵に描いた餅の可能性が高い公式化されただけのビジネスプランと比較して、実態に即したビジネスプランの方が明らかに黒字化確率を高め、早めていることを実証的に示した。しかしながら、実態に即したビジネスプランが生み出される要因は明らかにされておらず、先の創業過程の枠組みとの関係も不明確である。

そこで本研究では、以上の 2 つの論点を組み合わせた研究フレームワークを構築した（図 0-3）。新興起業の創業過程の大枠は、「起業機会の発見」と「起業機会の深耕」、そしてその結果としての「起業の成果」からなる。そして前述のとおり、先行研究では新興起業家の特性（特に人的資本）と「起業機会の深耕」との関係は不明確である（Davidsson and Honig, 2003; Diochon et al., 2008）。ここで本研究では、「起業機会の深耕」の結果として大江ほか（2015）の「実態に即したビジネスプラン」を位置付けた。それは、先行研究（Davidsson and Honig, 2003; Diochon et al., 2008）が、創業活動の実施件数や商品開発など特定の創業活動の有無によって創業過程の進展を測定しており、起業機会が本当に深耕されたのかを十分に測定できていないと考

えたからである。

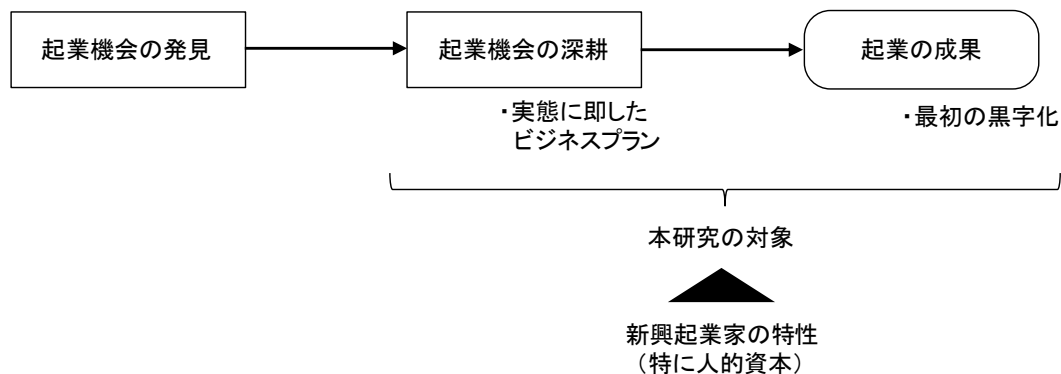


図 0-3 本研究の対象

ビジネスプランは非公式であれ公式であれ、起業機会が発見されていなければ作成は困難である。そして、起業機会が深耕されなければ、TMT が自信を持って「実態に即している」と言えるプランは作成しえないであろう。大江ほか（2015）の「実態に即したビジネスプラン」を Shane and Venkataraman（2000）の「起業機会の深耕」の度合いを測る手段として位置付け、新興起業家の特性・活動と「起業機会の深耕」との関係を一明らかにすることが、本研究の第 1 の研究課題である。

加えて、「起業機会の深耕」だけでなく、新興起業家の特性・活動と「起業の成果」としての黒字化との関係をも包括した議論を行い、平均的な新興起業家が採算面で成功裏に起業するための重要な要因を一明らかにすることが、本研究の第 2 の研究課題である。ここで黒字化に注目する理由は、個人事業や家族経営を含む平均的な新興起業家にとっての起業は、彼／彼女の生活に切実に関係しており、利益最大化や拡大というよりも、確実に採算が取れる状態にいかに早くなれるかが重要であると考えたためである。

2-2 PSSED II の有用性と分析手法

上述の 2 つの研究課題について検証するには、平均的な新興起業家に関する時系列データが有用である。それは、「起業機会の深耕」と「起業の成果」が同時に達成されるのではなく、「起業機会の深耕」という活動が一定期間実施された結果として、「起

業の成果」が得られるからである。先行研究では、既に事業化に至り「起業の成果」を得ている新興起業家に対するアンケートやインタビュー調査によって、回顧的に「起業機会の深耕」の状況を把握する手法も採用されているが、こうした手法には回顧バイアスや生存バイアスが存在する可能性が指摘されている（Casser, 2007）。そのため、「起業機会の深耕」の段階にある新興起業家を継続的に追跡調査し、「起業の成果」に至るまでの過程を把握することが正確にその実態を明らかにする上では望ましい。

ここで留意すべきは、研究課題の前提として、本研究が平均的な起業家とグローバル志向や成長志向が非常に高い特別なベンチャー起業家の混同に問題があると考え、平均的な新興起業家を対象として、その「起業機会の深耕」と「起業の成果」における成功要因を把握しようとしている点である。

これらの要件を踏まえると、先述の GEM には一定の制約がある。GEM は、各国の起業活動に関するマクロ的な状況を国際比較可能な形で把握することに焦点が置かれており、毎年一定規模のサンプルに対してアンケート調査が実施されており、各年の状況を時系列で比較することは可能である。さらに各国の一般国民から無作為抽出したサンプルに対して調査を実施しており、本研究が着目する平均的な新興起業家について把握することができる。しかし、毎年同じサンプルに対して調査しているわけではないため、特定の創業活動を実施した新興起業家のその後の成果を把握することは難しい。GEM の他にも、総務省の「就業構造基本調査」や日本政策金融公庫の「新規開業実態調査」及び「起業と起業意思に関する調査」等、新興起業家の状況を把握するための継続的な調査が存在するが、同様の制約がある場合が多い。さらにこれらの調査結果は公表されているものの、個票データが研究利用可能な形で公表されているわけではない。

そのため本研究では、米国の新興起業家を対象とした追跡調査である PSED II のデータを用いることが最適であると考えられる²。1 点目については、PSED II では新規事業を開始するための活動に従事している新興起業家を対象として、6 期間にわたる追跡調査を実施している。また各期の電話インタビュー調査では、新興起業家の属性や新規事業のための創業活動の実施状況等が詳細に聴取されている。2 点目について

² PSED の概要、PSED を用いた実証研究、PSED II のデータの紹介は、第 2 章で取り上げたい。

は、PSED II では一般の米国人を対象としたスクリーニング調査から、上記の新興起業家を抽出しており、ベンチャーキャピタリストの投資先リスト等から新興起業家を抽出する方法と比較して、平均的な新興起業家を対象としていると考えられる。そしてこれらに加えて、PSED II の個票データが研究可能な形で広く公開されていることも重要である。これらの3点がPSED II のデータが本研究にとって最も有用であると考えた理由である。なお同様の調査設計でPSED I とPSED II の2つの調査が実施されているが、調査実施時期はPSED I が1998年開始、PSED II が2005年開始であり³、PSED II の方が新しく、調査期間はPSED I が4期、PSED II が6期であり、PSED II の方が長い。

こうした理由から本研究では、PSED II のデータを用いるが、PSED II では新興起業家を抽出するためのスクリーニング調査では表0-2の項目について聴取し、これらの項目に該当する回答者を新興起業家として調査対象にしている。ただし、これらの項目に該当しても、月次の収支が黒字となる月が過去12ヶ月間で6回以上あり、支出にオーナーの経営活動の報酬が含まれている場合は、新興起業家とは捉えず、調査対象から除外している。

このような新興起業家を研究対象とする理由として、平均的な新興起業家像やその社会経済的効果に対するShane (2010) の指摘がある。平均的な新興起業家は、いわゆるベンチャーとしての新興起業家像と異なり、社会経済的効果と見なされている事項についても必ずしも該当するわけではない(Shane, 2010)。こうした点を踏まえると、一般的な米国成人から新興起業家を抽出したPSED II のデータを用いて、典型的な新興起業家を対象にその成功要因を把握することには、新興起業の実態を把握する上で意義があると考えられる。

³ PSED I では1998年から2000年にかけて、PSED II では2005年から2006年にかけてスクリーニング調査が実施されている。

表 0-2 PSED II における新興起業家抽出のための質問項目

| 質問 ID | 質問内容 |
|-------|--|
| FF1a | あなたは、一人でもしくは他者と、最近、自営業や製品はサービスの販売を含め、新たな事業を開始しようとしているか？ |
| FF1b | あなたは、一人でもしくは他者と、最近、雇用者のためか、通常業務の一部として、新たな事業やベンチャーを開始しようとしているか？ |
| FF1c | あなたは、一人でもしくは他者と、最近、自営業や製品やサービスの販売を含め、あなたが経営を助ける事業のオーナーであるか？ |
| FF2 | (上記質問のいずれかで「はい」と回答した者が対象) 過去 12 ヶ月間において、あなたは、設備や土地の探索、創業チームの組成、ビジネスプランの検討、貯金の開始、事業開始につながるその他の活動など、新しい事業を開始するために何かしたか？ |

出典：PSED II 質問票（スクリーニング調査）

こうした PSED II のデータを分析するにあたって、本研究の実証分析では離散時間ロジットモデル（discrete time logit models）によるロジスティック分析という手法を採用している。PSED II は、個人一時点データ（person-priod data）であり、各新興起業家について 6 期それぞれにおける各項目の状態が示されているため、時系列の中での変化を把握することができる。また実証分析では、「起業機会の深耕」度合いに関しては「実態に即したビジネスプラン」、「起業の成果」に関しては「最初の黒字化」と、一定期間における質的変化の要因を把握することを目的としている。これらの点から、イベントヒストリー分析⁴が有効な分析手法であると考えた。

イベントヒストリー分析にはいくつかのモデルがあるが、ここで PSED II のデータの時間の測定単位を考慮する必要がある。PSED II では各イベント等の発生について必ずしも具体的な時点までを聴取しているわけではなく、各期のインタビュー時点での状態を聴取しているのみの場合が多い。そのため連続時間を想定することは難しく、離散時間を想定することになる。そして、このように離散時間を想定する場合のイベントヒストリー分析には、離散時間ロジットモデルが有効であるとされている（Allison, 1982）。

なお離散時間ロジットモデルは以下のように、各時点でのハザード確率 P_t のロジッ

⁴ 生存分析（survival analysis）とも呼ばれる。

トを従属変数とする回帰モデルの形で表現される。

$$\ln[P_t/(1 - P_{t-1})] = a_t + \beta_1 X_1(t) + \beta_2 X_2(t) + \cdots + \beta_k X_k(t)$$

P_t : 時間 t におけるハザード確率（それまでにイベントが発生していないという条件の下、時間 t にイベントが発生する確率）

a_t : 時間変数

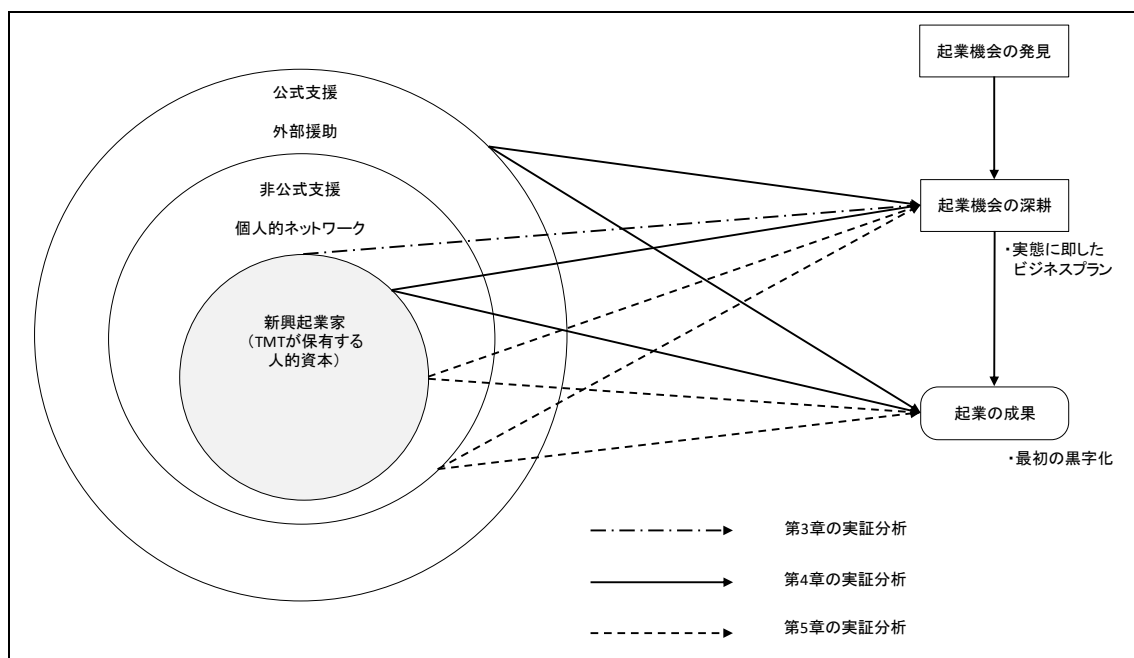
β_k : 共変量 X_k の係数

X_k : 共変量

第3節 本論文の構成

本論文は序章および終章を含み、7章で構成されている。序章では、平均的な新興起業家を対象として、「起業機会の深耕」と「起業の成果」の成功要因について研究することの意義と課題をまとめた上で、本研究の位置づけを示した。第1章では、新興起業家を含むTMTが有する、財務資本、非財務的な資本として人的資本および社会関係資本が、「起業機会の発見」、「起業機会の深耕」および「起業の成果」に与える影響について既存研究で明らかにされている事項を整理する。また新興起業の創業過程を把握する上で、指摘されている課題を踏まえた上で、既存研究で提示されている一定のフレームワークについて紹介する。第2章では、本研究にて用いるPSED IIについて、プロジェクトの概要や調査の対象・手法・内容等を整理した上で、基礎的な集計結果をまとめる。

第3章、第4章、第5章では、本研究における3つの実証分析をそれぞれまとめる。3つの実証分析の関係は図0-4の通りである。なお図0-4は、実証分析において着目する要因とそれらが影響する対象という2つの観点から整理している。



出典：Yusuf（2012）の階層的支援構造の図をもとに筆者作成

図 0-4 各実証分析の位置づけ

第 3 章の実証分析は、新興起業家を含む TMT の人的資本に着目しており、それが「起業機会の深耕」の度合いを把握する上で有用と考えられる「実態に即したビジネスプラン」に与える影響について実証分析を行っている。この際、「実態に即したビジネスプラン」の獲得には、「起業機会の発見」だけでなく「起業機会の深耕」における情報収集と活用が重要だと考え、その在り方に焦点を当てている。

第 4 章の実証分析は、新興起業家を含む TMT の人的資本と、外部専門家によるそれらの補完関係に着目している。先行研究ではこの補完関係について特に会計機能が注目されてきた。そこで第 4 章では、会計機能を担う人材の有無と位置づけが「起業機会の深耕」と「起業の成果」にどのような影響を与えるかを実証分析している。起業機会の深耕度合いを把握するにあたっては、「実態に即したビジネスプラン」だけでなく、その達成に必要であると考えられる「財務計画の策定」をプロセス指標として用いた。起業の成果については、「最初の黒字化」を指標として用いた。

第 5 章の実証分析は、新興起業家を含む TMT の人的資本と、それらがもつ社会関係資本に着目し、「起業機会の深耕」としての「実態に即したビジネスプラン」と、「起業の成果」としての「最初の黒字化」に与える影響について分析した。また社会関係資本

は、新興起業家が選択的に強化・構築していくものでもあるという考えから、新興起業家の特性に応じた、社会関係資本の獲得に向けた取組の相違についても分析した。

終章では、各章で明らかになった点を整理した上で、本研究の結論と限界をまとめ、今後の研究課題について提案した。

第1章 新興起業家の成功要因および創業過程

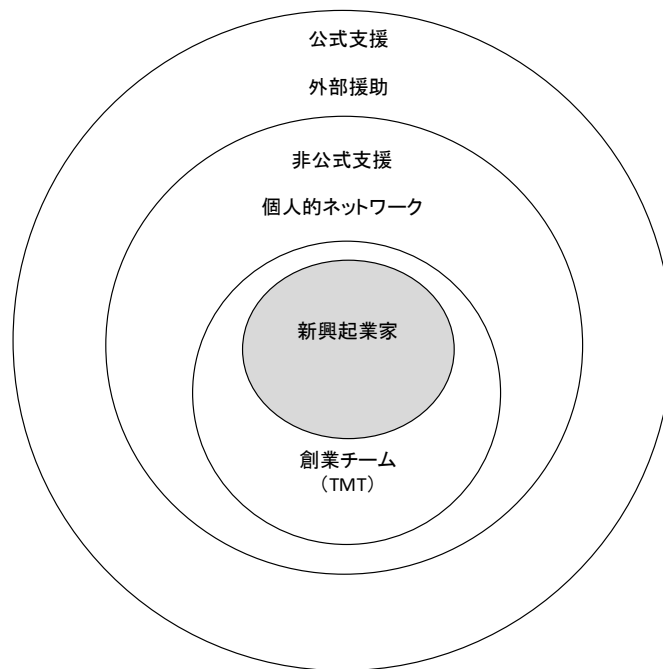
第1節 新興起業家が有する3つの資本

序章でも触れたが、新興起業研究では、どうすれば新興起業を成功裏に進展させられるかについてのミクロ的な研究が数多く蓄積されてきた。それらの研究は、(1)新興起業の創業メンバーである TMT が有する資本が重要であること、(2)それら資本の中で TMT が有する財務的資本だけでなく、非財務的な人的資本と社会関係資本が特に重要であること、(3)それらの TMT が有する資本と創業過程の進展にはいくつかの法則が存在すること、を理論的・実証的に示してきた。つまり、新興起業研究の中で、新興起業家に注目した研究が大いに発展してきたのである。

新興起業家研究では、例えば Kim et al. (2006) が、起業の意思決定に与える要因について、新興起業家の財務的資本、非財務的な人的資本と社会関係資本の3つに着目した実証分析を行っている。また、Davidsson and Gordon (2012) は、PSED を用いた実証分析の課題に関するレビュー論文において、新興起業家の特性について財務的資本、人的資本、社会関係資本の3つ資本に着目している。

これらの3つの資本については TMT 内でまかなわれるのみでなく、外部支援によって補完される場合もあることに留意が必要である。Yusuf (2012) は、新興起業が外部からの援助を活用する理由について、TMT 内もしくは個人的ネットワークで得られない場合にそれ以外からの援助を活用するとしており、支援の階層構造について図 1-1 のようなフレームワークを提示している。非公式支援は、TMT 内もしくは個人的ネットワーク内で得られるものであり社会関係資本の一部が含まれる。公式支援は弁護士や会計士などの専門家、政府、教育機関などから得られるものであり、市場から調達する外部資源も含まれる。

これらのように、新興起業家研究では、財務的資本、非財務的な人的資本と社会関係資本、という3つの資本の区分が一般的となっている。そこでまず本章の本節では、それら3つの TMT が有する資本と創業過程との関係で実証的に明らかになっていることを整理する。次いで次節では、そもそも創業過程・活動について先行研究ではどのように考えられてきたかを整理する。これらにより、第3章以降の本研究における実証分析の位置づけと意義、そして限界をより明確化することを企図している。



出典：Yusuf (2012)

図 1-1 階層的支援構造

1-1 財務的資本の影響

起業が行われるか、そしてそれが成功裏に進むか等について、歴史的に最も重要だと考えられてきたのは、起業家が有する財務的資本である。起業資金が充実すればするほどよりよい立地で事業を開始でき、よりよい施設や設備を整えることができ、新たな技術開発や製品・サービス化を実現しやすくなるため、理論的には起業の重要成功要因として財務的資本が最も重要だと考えられてきたのである。

しかし、新興起業家の各種データや証拠が入手しやすくなり、特に 1990 年代後半になると定量的な実証研究が数多くなされるようになった。そして、起業するか否かの判断に対して新興起業家の収入や貯蓄といった財務的資本は相関関係がみられず

(Kim et al., 2006)、自己資本が不足していることが起業の上での制約条件になっていないことが明らかとなってきた。この理由として、初期の創業段階においては少額投資のみ行う場合が多いこと (Campbell and Nardi, 2009)、他に職業をもつパートタイムの起業家を選択する者が多いこと (Petrova, 2012) などが指摘されてきた。

加えて近年の定量的な実証研究では、新興起業家が有する財務的資本の大きさが、事

業化後の組織業績に高さに正の効果をもたらす明確な証拠は得られていない。しかし、大きな財務的資本を有する新興起業家は、事業成長に対して強い野心をもつ傾向があることは実証されてきた (Cassar, 2006; Liao and Welsch, 2003)。さらに Cassar (2006) は、高い世帯収入をもつ新興起業家は、5年後の企業規模に対してより高い水準の期待をもち、そうした高い期待が将来の売上をより高める可能性を実証的に示している。

また、自己資本ではなく、財務的資本を金融機関のような外部から調達する場合についても、その創業活動や組織業績に対する影響が研究されてきた。De Clercq et al. (2009) は、外部から金融資産を調達できたことと起業の目標設定との関係を実証分析し、民間の金融機関から資金調達をした場合には目標に強くコミットし、公的機関から資金調達をした場合には目標にあまりコミットしないことを示した。しかしながら、公的機関から金融支援を受けている新興起業は、事業撤退する割合が小さい (Reynolds, 2011) という特徴も明らかになっている。

以上に代表されるように、近年の実証研究では、従前考えられていたほど財務的資本は起業とその成果にとって重要性は高くなく、むしろ自己資本が無くても大いに起業は可能であり、他人資本としての外部からの資金調達の有用性が実証的に示されるようになった。他人資本が起業にとって有用な方法の1つと考えられる理由として、資金調達のための審査の過程で起業戦略を磨きあげるため (Dimov, 2007)、自己資本で事業計画を考えるよりも、より質の高い事業計画がもたらされる可能性があると考えられる。

1-2 人的資本の影響

前節の財務的資本についての近年の実証研究の成果とは対照的に、人的資本の起業における重要性を示す証拠が近年数多く示されるようになってきた。

新興起業家と一般国民を比較した実証研究では、人的資本は全般的に起業の意思決定に対して正の相関関係があるとされる (Davidsson and Honig, 2003; Kim et al., 2006; Dimov, 2010)。Kim et al. (2006) は、学歴、マネジメント経験、そして創業活動への参加経験が、起業の意思決定を促進することを実証的に示している。また Davidsson and Honig (2003) は、学歴と過去の就業経験、そして創業経験が起業の意思決定を促進することを実証的に示している。この理由の1つとして、Dimov (2010) は、創業経験と就業経験が起業機会に対する確信をもちやすくなることを示

している。

一方で、組織業績に対する人的資本の影響は不明確である (Davidsson and Honig, 2003; Diochon et al., 2008)。Davidsson and Honig (2003) は、活動指標としての創業活動の実施件数、そして結果指標としての起業後の利益の双方に対する人的資本の効果を実証分析したが、活動指標と結果指標のいずれに対しても統計的に有意な効果は見られなかった。TMT が高い人的資本を有する場合、他の起業機会を多く持つため事業撤退の可能性を高める (Gimeno et al., 1997) という可能性が考えられる。

一方で Diochon et al. (2008) は、財務管理能力 (financial management capability : FMC) のような個別の人的資本を構成する要素に着目し、事業化への効果を実証分析した。この結果、創業経験や創業に関する教育経験については効果が確認されなかったが、財務管理能力については事業化への効果が示された (Diochon et al., 2008)。加えて、第 4 章で取り上げるように、先行研究では中小・新興起業において外部の会計専門家が活用され、新興起業家の財務管理能力を補完することが望ましい可能性がある。

また、人的資本は組織業績に直接的な効果をもたらすわけではなく、モチベーションや創業活動に対する影響を通じて間接的に組織業績に影響を与える可能性も考えられる。この点について、新興起業家がもつ人的資本が新興起業家の目標へのコミットメントや行動に影響すること (Dimov, 2010; De Clercq et al., 2009)、新興起業家の自信が起業に対する姿勢や活動、そして将来予測に対して影響すること (Cassar and Friedman, 2009; Townsend et al., 2010)、新興起業家のモチベーションが組織業績に影響すること (Tang and Tang, 2007) 等が実証的に示されてきた。

さらに、起業家の教育訓練や経験はビジネスプランの適切な形式化や環境変化への対応のための能力に大きな影響を与えるため (Castrogiovanni, 1996; Haber and Reichel, 2005; West and Noel, 2009)、人的資本はより質の高いビジネスプランの作成を通じて組織業績に影響を与えることも想定され得る。また、起業家のモチベーションが、ビジネスプランの継続的現実性を保証するための努力に影響することも指摘されてきた (Headd, 2003; Ho and Wong, 2007)。

以上の研究に代表されるように、1990 年代後半から、起業における人的資本の重要

性を実証的に明らかにしようとする研究が大きく発展してきた。この展開は、前述した財務的資本の起業における重要性を支持する明確な証拠が近年得られず、むしろ財務的資本は起業の必要条件ではあるが、財務的資本の大きさは起業を成功裏に進めるために必ずしも必須の要因ではなさそうであるという意見が強まってきたことと関係していると筆者は考えている。本研究の立場で言うと、近年の実証研究の発展から、「起業機会の発見」と「起業機会の深耕」について財務的資本が重要だと考えるための証拠は少なく、人的資本の重要性を主眼とした実証研究を進める論拠はこの部分にある。

1-3 社会関係資本の影響

社会関係資本の定義は、例えば Adler and Kwon (2002) が類型しているように数多く存在している。その中で Kim and Aldrich (2005) は、新興起業と社会関係資本との関係を取り扱った先行研究をレビューし、社会関係資本を社会的な関係性を通じて人々が入手可能な資源と広く定義づけている。ここで前述した人的資本との関係でいうと、新興起業家としての TMT 自体が有するものを人的資本、TMT が有するその他の人的・社会的なつながりと、それらつながりがもたらす支援・資源を社会関係資本として位置付けることができる。

社会関係資本が新興起業家に与える影響は、社会関係資本を詳細に区分した上で実証分析がなされてきた。例えば Davidsson and Honig (2003) は、強いつながりにもとづき感情的支援や奨励を行う内部結束型社会関係資本 (bonding social capital) と、弱いつながりにもとづき情報やビジネス・パートナー、事業資源へのアクセスを支援する橋渡し型社会関係資本 (bridging social capital) に二分化して、それぞれの影響について分析している。そして、内部結束型社会関係資本として自営業を営む両親や知人を持つことは、起業の意思決定を促進することが実証的に示された (Davidsson and Honig, 2003 ; Delmar and Davidsson, 2000)。また、橋渡し型社会関係資本として事業者団体のビジネス・メンバーであることは、創業活動の進展および利益に対して正の影響をもつことが実証的に示された (Davidsson and Honig, 2003)。

他方、Liao and Welsch (2003) や Liao and Welsch (2005) は、社会関係資本を構造的資本 (structure capital)、関係的資本 (relational capital)、認知的資本 (cognitive capital) の 3 つに分ける Nahapiet and Ghoshal (1998) の類型を適用し、これらの社

会関係資本が新興起業家の起業志向や事業拡大の意向に対してもつ影響について分析している。そして Liao and Welsch (2005) は、起業志向について、新興起業家とそうでない一般層を比較した上で社会関係資本の総量には大きな差は見られないが、一般層では認知的資本が新興起業家よりも高い傾向にある一方、関係資本は低い傾向にあり、関係的資本に結びつけることができていないとしている。また事業拡大の意向については、全ての社会関係資本が正の影響をもつとしている (Liao and Welsch, 2003)。

このように、近年の実証研究では、財務的資本よりも社会関係資本の重要性を示す証拠の方が多い。ただし、社会関係資本は新興起業家が有する人的・組織的なつながりを意味するため、社会関係資本だけを取り出した実証分析は困難であり、Liao and Welsch (2003) 等のように、人的資本の影響を統制したうえで独立した追加的な効果を推計することが求められている。

第 2 節 創業過程と起業機会の発見・深耕

新興起業家研究では、起業の創業過程・活動自体についての研究も蓄積されてきた。Reynolds and Miller (1992) は、創業過程における 4 種の創業活動（新興起業家の個人的資源の投入、最初の外部資金の調達、最初の売上、最初の雇用）に注目し、それらの実施状況や期間が新興起業ごとに大きく異なることを実証した。さらに、26 種の創業活動を対象とした実証研究でも、新興起業の創業過程には共通の経路があるわけではなく、個々に複雑な経路を形成するため、その発展段階を規定することは困難であることが示された (Liao et al., 2005)。これらの実証研究が示すように、新興起業ごとに実施する創業活動は実施順序・期間が異なるため、創業活動の実施状況をもとに創業過程の進捗を評価し、その後の進展を予測することは困難である。

しかしながら、序章で取り上げたように、新興起業の創業過程について一定の枠組みが提示されている。Bhave (1994) は、27 の新規事業に関する新興起業家へのインタビューに基づき、①事業機会認知の段階、②生産技術確立および組織設立の段階、③市場参入の段階という 3 つの段階に区分した。さらに Shane and Venkataraman (2000) は、「起業機会の発見」と「起業機会の深耕」という 2 区分へと発展させた。ここでいう起業機会とは利益を得られる機会のことであり、具体的には新しい製品やサービス、原材料、制度など原価に比べて高い売価で売れる状況のことである (Shane and

Venkataraman, 2000)。機会を見つけ出すだけでは利益にはつながらないため、機会の深耕により、社会的信用が無い新興起業が信用のある大企業と組んで製品を売り出すなど、発見した機会を実現するための活動を行うことが必要となる（Shane and Venkataraman, 2000; 遠山ほか, 2011）。

序章の図 0-3 と図 0-4 のとおり、本研究は「起業機会の発見」と「起業機会の深耕」の 2 区分を採用し、それらの結果としての「起業の成果」を研究対象の範囲としている。ここでは、「起業機会の発見」と「起業機会の深耕」について、さらに深く取り上げたい。

「起業機会の発見」は、起業を開始する経緯として、起業家になるという決断が先行する場合と、起業に関するビジネスアイデアが先行する場合とがあることが指摘されてきた（Bhave, 1994）。前者は教科書的な創業過程であり、起業への関心をもち、いくつかの機会について検討した上で起業を決断する。一方、後者はビジネス機会につながる特定の問題に対する解決案にもとづき起業を決断する（Behave, 1994）。そして、後者のように起業に関するビジネスアイデアが先行する場合が、前者のように起業の意思決定が先行する場合と同程度に存在していることが実証されてきた（Gartner and Carter, 2003）。また Honig（2001）は、「起業機会の発見」のために体系的な調査（systematic search）を実施している企業は 22%程度しかないことを実証的に示している。

「起業機会の深耕」は、発見した起業機会を実現するための過程であり、創業活動を実施する段階として捉えることができる。具体的な創業活動としては、資金の調達、顧客との対話、ビジネスプランの作成、法人登録などがあげられる。Liao and Welsch（2008）は、「起業機会の深耕」に相当する具体的な創業活動について、計画活動（planning activities : PA）、正当性の確立（establish legitimacy : LG）、市場行動（market behavior : MB）、資源統合（resource combination : RC）の 4 種類に類型している。これらの創業活動の実行は、一連の過程というわけではなく、同時並行で進める場合があること、そして新興起業によって順序が異なり、複雑な経路であることが実証されてきた（Liao et al., 2005）。

一方で、創業過程の中で新興起業が事業体として構造的凝集（Aldrich, 1999）を高め、その一環としてビジネスプランを作成することが指摘されてきた。ビジネスプランは、企業をとりまく環境を意識して作成された企業の目的や基本方針、計画を実現するた

めの組織的かつ体系立てられた手順を説明したものである(Grinyer and Norbum, 1975)。Liao and Gartner (2006)は、ビジネスプランを完成させた新興起業はそうでない企業に比べて 2.6 倍も活動が継続することを示した。Delmar and Shane(2003)は、ビジネスプランには抽象的なゴールを明確な目標にし、新興起業の活動を発展・加速化する役割があることを実証した。「起業機会の深耕」において、ビジネスプランの作成は重要な活動の 1 つであると考えられる。

ここで大江ほか (2015) は、「実態に即したビジネスプラン」と「最初の黒字化」との関係を実証分析した。大江ほか (2015) の実証分析によると、新興起業においてビジネスプランは単に存在すればよいのではなく、TMT が自信を持って「実態に即している」と答えられる質の高いプランであることが重要である。大江ほか (2015) は、絵に描いた餅の可能性が高い公式化されただけのビジネスプランと比較して、実態に即したビジネスプランの方が明らかに黒字化確率を高め、早めていることを実証的に示した。これは「起業機会の深耕」において、ビジネスプランを作成するだけでなく、それを練り直し、実態に即した質の高いものへと洗練させる重要性を示唆している。

第 3 節 本章のまとめ

新興起業家研究は、1990 年代後半から定量的な実証研究がさらに充実して行われるようになった。その展開を鳥瞰すると、従前から最も重要な要因だと考えられてきた財務的資本の起業に対する効果を示すものは少なく、むしろ非財務的資本である人的資本の重要性を示す証拠が数多く出されてきた。加えて、人的資本が有する人的・組織的なつながりとしての社会関係資本の重要性を示す証拠も複数提示されるに至っている。

また、創業過程の内容については、新興起業家によって個別の創業活動は多様であり、体系化は困難である。そのため、大枠のフレームワークが議論されてきた。その中で、近年よく引用されるフレームが、「起業機会の発見」と「起業機会の深耕」の 2 区分である。この 2 区分から本章で取り上げた先行研究を要約すると、「起業機会の発見」については財務的資本・人的資本・社会関係資本のいずれも充実した実証研究がなされ、いくつかの明確な関係性が示されてきた。

一方で、「起業機会の深耕」については、財務的資本・人的資本・社会関係資本のいずれも実証分析に苦労しているようである。特に人的資本については、創業過程の進展

に直接的な効果があるとする少数の意見と、直接的な効果ではなく間接的な効果があるのみであるとする複数の意見との間で、整合が取れていない。この不明確さ・不整合の理由として、先行研究（e.g., Davidsson and Honig, 2003; Diochon et al., 2008）が創業活動の実施件数や商品開発など特定の創業活動の有無によって創業過程の進展を測定しており、起業機会が本当に深耕されたのかを十分に測定できていない可能性を指摘できる。今後の実証研究は、「起業機会の深耕」を多様な角度から測定し、人的資本との関係性を分析することで、現状の不明確さ・不整合を脱却する理論の発展に寄与することが求められる。

第2章 PSED (Panel Study of Entrepreneurial Dynamics)

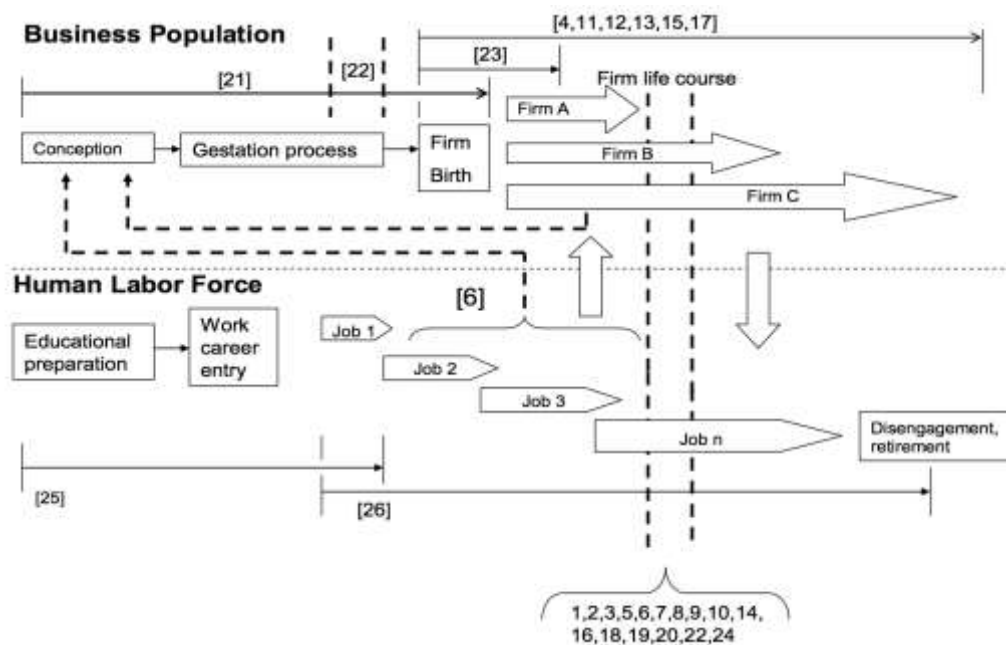
第1節 PSED の概要

本章では、本研究が第3章から第5章で用いる PSED II について整理したい。本研究が想定する平均的な新興起業家についての実証分析を行うにあたり、PSED データを用いることには以下の利点がある。

起業に関する研究では、特定のケースを対象とする事例研究という手法が用いられ、成功要因等が論じられることが多い。しかし PSED というパネルデータを用いることでより定量的に検証できるだけでなく、その結果に一般性が伴われる研究が可能となる。加えて、PSED は GEM を含む一般的な企業統計等とは異なり、業績のみならず、起業の動機や起業家の属性、起業前の準備活動等のデータが充実している。そのため PSED データを用いることで、より詳細な実証分析が可能となる。さらに、既に起業した起業家を対象とする後向きのアンケート調査とは異なり、PSED は起業を検討している起業家を対象とする前向きのアンケート調査である。後向きのアンケート調査では、既に事業を開始し、継続できている起業家を対象とし、起業家に過去を顧みながら回答してもらうことになる。そのため、生存バイアスや回顧バイアスなどが存在し、起業過程についての正確なデータを集めることが難しい。

これらの利点を有する PSED は、米国における新興起業家を対象として、その特性や創業活動、組織業績等について経年観測したパネル調査である。この調査設計および手法を用いたパネル調査は米国以外の国々でも実施されている。またこの調査設計および手法は、序章で取り上げた GEM にも採用されている。

PSED について説明している Reynolds (2007) は、新興起業家や新興起業以外にも含む個人のキャリアおよび企業のライフサイクルに関するデータとの対応関係を図 2-1 および表 2-1 にまとめている。図 2-1 は、個人のキャリアと企業のライフサイクルを概念図化したものである。そのうえで、概念図上の各段階に対応するデータが、それぞれ表 2-2 で整理されている。それらの中で、21 番が PSED である。図 2-1 にあるように、PSED は起業の発案から創業活動、そして新興起業の誕生までを包括する米国における唯一の公的な公表データである。そして PSED は、その他の米国の公的な公表データと連携し、企業のライフサイクル全般を観察可能なデータ群の重要な一部をなしている。



出典：Reynolds and Curtin（2007）

図 2-1 個人のキャリアと企業のライフサイクルの概念図

表 2-1 上図の各段階に対応するデータ

| | | | |
|----|---|----|---|
| 1 | BLS, Business Establishment List | 14 | Dun & Bradstreet Duns Market Identifier File |
| 2 | BLS, Quarterly Census of Employment and Wages | 15 | NSF [U.S. Census] Longitudinal Research Database |
| 3 | BLS, Current Employment Statistics | 16 | SBA Statistics of US Business |
| 4 | BLS, Business Employment Dynamics | 17 | Business Information Tracking Series [BITS] |
| 5 | BLS, American Time Use Survey | 18 | FRB Survey of Small Business Finances |
| 6 | BLS-Census: Current Population Surveys | 19 | IRS Survey of Income |
| 7 | U.S. Census Business Register | 20 | Standard & Poor's Compustat |
| 8 | U.S. Census Company Organization Survey | 21 | Kauffman Foundation Panel Study of Entrepreneurial Dynamics [U of Michigan] |
| 9 | U.S. Census, Economic Census | 22 | Kauffman Foundation and Others: The Global Entrepreneurship Monitor [GEM] |
| 10 | U.S. Census, Survey of Business Owners | 23 | Kauffman Firm Survey [Mathematica] |
| 11 | U.S. Census Longitudinal Business Database | 24 | Kauffman Financial and Business Databases |
| 12 | U.S. Census Integrated Longitudinal Business Database | 25 | National Longitudinal Survey of Youth [BLS, conducted by Ohio State/NORC] |
| 13 | U.S. Census Longitudinal Employer-Household Dynamics | 26 | Panel Study of Income Dynamics [U Michigan] |

出典：Reynolds and Curtin（2007）

このように米国において非常に重要な位置づけとなっている PSED は、1993 年にウィスコンシン大学の Survey Research Laboratory が実施した創業過程に関する研究が基礎となっている。この研究は、起業の創業過程に関する信頼できる実証的な統

計データを開発することを目的としたものである（Curtin and Reynolds, 2007）。この研究は、ウィスコンシン州の住宅局および経済開発局の援助資金を受けており、同州の成人を対象としたアンケート調査として小規模に実施された（Curtin and Reynolds, 2007）。同調査が成功をおさめたことで、この調査設計および手法にもとづく新興起業家を対象としたアンケートを全国規模で実施することとなった。全米に拡大するにあたり、新興起業に関する 34 の研究機関から 120 人以上の研究者が招聘され、Entrepreneurial Research Consortium が設立された。このコンソーシアムでは PSED を実施するための理事会が組成され（表 2-2）、所属する研究者を中心に調査研究プロジェクトが進められている。

表 2-2 PSED の理事会メンバー

| 区分 | メンバー | 所属 |
|----------------------|--------------------------|---|
| 筆頭 メンバー | Paul Reynolds | Florida International University |
| | Richard Curtin | University of Michigan |
| アドバイ ザリー・ メンバー | Howard Aldrich | University of North Carolina |
| | Diane Burton | Massachusetts Institute of Technology |
| | Nancy Carter | Catalyst, Inc. |
| | Per Davidsson | Queensland University of Technology, Australia |
| | William Gartner | Clemson University |
| | John Haltiwanger | University of Maryland |
| | Benson Honig | Waterloo University, Canada |
| | Michael D. Meeks | University of North Carolina |
| | Simon Parker | University of Wisconsin |
| | James Johnson | University of Cincinnati |
| | Philip Kim | San Francisco State University |
| | Charles H. Matthews | University of Durham, UK |
| | Martin Ruef | Princeton University |
| | Claudia Bird Schoonhoven | University of California, Irvine |
| | Scott Shane | Case Western Reserve University |
| | Kelly Shaver | College of Charleston |
| | Per Stromberg | University of Chicago |

出典：PSED ウェブサイト（<http://psed.isr.umich.edu/psed/home>）

こうして生まれた PSED は、すでに 2 回の調査が実施されており、それぞれ PSED I、PSED II と呼ばれている。そして、PSED I と PSED II のデータは、ウェブサイト上で質問票および回答データが公開されている。

本研究で用いる PSED II は、2004 年から 2005 年にかけて調査対象とする新興起業家を抽出するためのスクリーニング調査が実施された。その結果、米国の一般国民 34,000 人を対象としたアンケート調査から、調査対象として新興起業家 1,214 人が抽出された。この調査では、「あなたは、一人もしくは誰かと一緒に、新規ビジネスを開始するための取組みを行っていますか？」という質問に、「はい」と回答した者を新規起業家として抽出している。その後 2005 年から 2011 年にかけて、1 年ごとに計 6 回、同じサンプルに対して、起業家の属性や起業のための準備活動、事業の状況などに関する 7,000 項目にも及ぶ質問が行われた。

この PSED の調査内容および方法は、米国のみならず、オーストラリア、カナダ、ラトビア、オランダ、ノルウェー、スウェーデン、中国などにおける新興起業家を対象とした調査にも適用されている。米国以外で行われた調査データは、米国の PSED のように公開されていない。しかし、調査手法や調査項目について整合性が確保されており、比較分析することも可能となっている。そのため、複数国における PSED のデータを用いて各国の起業家の特性や創業過程等の相違を比較分析している研究もある (e.g. Delmar and Davidsson, 2000)。PSED の研究プロジェクトは、50 カ国以上の新興起業家に関するアンケート調査に携わっている。

第 2 節 PSED を用いた実証研究の概要

PSED データを用いた研究は、先述の通り PSED の実施にあたり、アドバイザリーボードが設置されているため、これに参加している研究者が行っている場合が多い。ただし米国版の PSED データは、広く公表されているため、米国以外の研究者によっても行われている。表 2-3 は、PSED を用いた査読付き論文の本数である (Frid, 2016)。ただし、PSED の理事会が把握している論文のみを対象としている。

表 2-3 PSED を用いた査読付き論文数

| | |
|---------|-------|
| オーストラリア | 5 本 |
| カナダ | 7 本 |
| 中国 | 4 本 |
| オランダ | 3 本 |
| ノルウェー | 3 本 |
| スウェーデン | 11 本 |
| アメリカ | 121 本 |

出典：Frid（2016）より作成

Reynolds and Curtin（2007）は、PSED のデータは、以下の 3 つのタイプの実証分析の基礎になっているとする。ここではこの類型に従い、既存研究を整理したい。

- (1) どのような層が、どのような理由で起業家になるのか
- (2) どのようなプロセスでベンチャーが創設されるのか
- (3) どのような特徴が成功の要因となっているのか

- (1) どのような層が、どのような理由で起業家になるのか

Schjoedt and Shaver（2007）によると、新興起業家が起業を志向とする理由には、プル型（将来の目標のため起業）とプッシュ型（現状の不満から起業）との 2 種類がある。また新興起業家の特性として、新興起業家は高い人的資本、教育水準や過去の創業経験を有している場合が多いという（Davidsson and Honig, 2003; Delmar and Davidsson, 2000; Kim et al., 2006）。

また社会関係資本について、スウェーデンの研究では、ロールモデルの存在や激励の影響がある（Davidsson and Honig, 2003; Delmar and Davidsson, 2000）。ただし米国の研究では、自営業経験のある親がいることは、起業傾向に影響はないという（Kim et al., 2006; Reynolds, 2007）。一方、財務的資本について、世帯収入は起業傾向に影響はなく（Kim et al., 2006; Reynolds, 1997）、起業にあたっての制約条件になっていないと考えられる。

なお、これらの新興起業家の特性研究は PSED を用いなくとも研究可能なため、トップジャーナルに掲載されている論文件数が、創業過程や成功要因に関する研究に比べて少ないことが指摘されている（Davidsson and Gordon, 2009）。

(2) どのようなプロセスでベンチャーが創設されるのか

前述のとおり **Shane and Venkataraman (2000)** は、起業のプロセスを「起業機会の発見」と「起業機会の深耕」の 2 つに区分している。**PSED** は主に「起業機会の深耕」を対象に調査設計されており、「起業機会の発見」が起業業績に与える影響に関する研究は少ない。

PSED における創業活動の実施状況に関する質問では、実施時期も併せて聴取しており、創業過程に関する研究ではこのデータが多用されている。**Liao et al. (2005)** は、創業活動の実施状況を分析し、創業過程は単一で線形なものではなく、複雑なものであることを示した。**Davidsson and Gordon (2009)** は、創業過程を把握する上での課題を整理し、創業過程を把握することは大きな研究機会の 1 つであると指摘している。

(3) どのような特徴が成功の要因となっているのか

黒字化等といった起業業績に対する成功要因に関する研究は、あまり行われておらず、多くの研究は前述の 2 つを対象としている (**Reynolds and Curtin, 2007**)。この理由として、サンプルとなっている新興起業家の中で黒字化等を達成する者が限定されていること、利益率等の組織業績に関する質問項目は回答者数が少ないこと等があげられる。その中で、成功要因に関して新興起業家が持つ資本に着目した研究は、人的資本と業績との間の関係性は未だ不明確であることを指摘している (**Davidsson and Honig, 2003; Diochon et al., 2008**)。

また、財務的資本と起業業績との間の関係に注目した研究はほとんど出版されていない。**Cassar (2006)** は、新興起業家が持つ財務的資本について、機会費用に関する議論と一致して、高い世帯収入をもつ新興起業家は、5 年後の企業規模に対してより高い水準の期待をもち、そうした高い期待が将来の売上に影響することを示している。外部からの金融資本の獲得に着目した場合、公式の金融支援を受けている場合、他に比べて事業撤退する割合が小さいことが実証されている (**Reynolds, 2011**)。社会関係資本の起業業績に対する影響については、内部結束型社会関係資本と橋渡し型社会関係資本に区分した上で、橋渡し型社会関係資本として、事業者団体のビジネス・メンバーであることが、創業活動の進展および利益に対して正の影響を持つことが実証されている

(Davidsson and Honig, 2003)。

一方で、創業過程に着目した研究については、先述のとおり PSED は主に起業機会の深耕の段階を対象としており、起業機会の発見に関する研究はあまり多くない。Patel and Fiet (2009) は、体系化された起業機会の探索 (systematic search) が起業業績に対して正の効果を持つことを実証した。起業機会の深耕が起業業績に与える影響については、多くの創業活動を実施している新興起業家ほど、廃業の状態に到達しにくいことが実証されている (Brush et al., 2008; Delmar and Shane, 2004)。Delmar and Shane (2004) は、早期に法人格を設立することは、継続のための努力に正の効果があり、正当性のための活動の効果であるとしている。またビジネスプランを策定することの効果について、賛否両論の議論があるが、正当化を目的とした公式なビジネスプランの策定に着目した場合、事業を進展させる上での正の効果が示されている (Delmar and Shane, 2004)。

以上のように、PSED を用いた実証研究は、米国を中心に数多くなされてきた。第 1 章で取り上げた新興起業家研究と比較して、PSED を用いた実証研究は「起業機会の深耕」に焦点をあてたものが多い。それは、そもそも PSED が「起業機会の深耕」に相当する部分を綿密に調査することを主眼としていること、そして、新興起業家研究の中で「起業機会の深耕」に関する理論化・体系化が未だ不十分であることの 2 点を理由とすると考えられる。一方で、PSED は非常に充実した大量サンプルのパネルデータとして優れているため、PSED データを駆使したさらなる実証研究の発展が期待される。

第 3 節 PSED II の基礎分析

PSED とそれを用いた実証研究の概要は上述のとおりである。本節では、本研究で用いる PSED II のデータを概観し、米国における新興起業家の状況を理解するとともに、第 3 章から第 5 章における実証分析で用いる重要な変数についての理解を深めたい。

3-1 起業と事業の特性

(1) 起業の目的・経緯

PSEDⅡでは、起業機会の発見と、起業の意思決定のどちらか先であるかを聴取している。起業の際のモチベーションとして本項目は重要であると考えられるため、第3章と第4章の人的資本関連の実証分析では本項目から「起業決断先行ダミー」を作成し、コントロール変数として用いている。

表 2-4 回答結果

【質問】 ビジネスアイデアと起業の意思決定のどちらか最初であったか？

| | 選択肢 | | |
|------|----------------|---------------|----------|
| | ビジネスアイデアが先であった | 起業の意思決定が先であった | 両方同時であった |
| 回答者数 | 451 | 162 | 593 |
| (割合) | 37.4% | 13.4% | 49.2% |

注) 当質問項目については、1期目のみで聴取している。

(2) 起業の動機

PSEDⅡでは、新興起業家が起業に至った動機について、他のキャリアの有無を聴取している。高い人的資本をもつにもかかわらず、起業の業績がかならずしも高くない場合がある理由として、他の選択肢を有しており、事業撤退の可能性が高める可能性があることが指摘されている (Gimeno, et al., 1997)。なお、人的資本が有する社会関係資本を活かすか否かに影響を与える可能性を鑑み、第5章では本項目から「他のキャリア選択肢ダミー」を作成し、コントロール変数として用いている。

表 2-5 回答結果

【質問】 あなたが当該事業に携わっているのは、事業機会を利用するためか、もしくは他に職業のよりよい選択肢がないためであるか？

| 選択肢 | 回答者数 (割合) | | | | | |
|--------------------------|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 1期 | 2期 | 3期 | 4期 | 5期 | 6期 |
| 起業機会を活用するため | 972 | 484 | 331 | 221 | 290 | 255 |
| | 82.2% | 82.7% | 84.0% | 81.0% | 79.2% | 81.2% |
| 他の選択肢がなかったため | 155 | 66 | 48 | 36 | 60 | 40 |
| | 13.1% | 11.3% | 12.2% | 13.2% | 16.4% | 12.7% |
| 上記の両方である | 51 | 31 | 15 | 16 | 15 | 18 |
| | 4.3% | 5.3% | 3.8% | 5.9% | 4.1% | 5.7% |
| 仕事を有していたが、より良い雇用を探していたため | 4 | 4 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| | 0.3% | 0.7% | 0.0% | 0.0% | 0.3% | 0.3% |

(3) 事業の拡大意向

PSEDⅡでは、将来の事業規模に対する新興起業家の意向を聴取している。調査対象となっている新興起業家には、いわゆる自営業家や個人事業主も含まれており、必ずしも全ての新興起業家が事業規模の拡大を意向しているわけではないことがわかる。なお、人的資本が有する社会関係資本を活かすか否かに影響を与える可能性を鑑み、第5章では本項目から「事業規模拡大希望ダミー」を作成し、説明変数およびコントロール変数として用いている。

表 2-6 回答結果

【質問】 将来の事業規模について、どちらがより意向にあっているか？

| 選択肢 | 回答者数（割合） | | | | | |
|-------------------------------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 1 期 | 2 期 | 3 期 | 4 期 | 5 期 | 6 期 |
| 可能な限り事業規模を拡大することを望む | 240 | 96 | 66 | 39 | 39 | 32 |
| | 19.9% | 15.7% | 16.3% | 13.9% | 17.6% | 18.3% |
| 自身および主要な雇用者のみで運用できる範囲の事業規模を望む | 966 | 517 | 340 | 242 | 183 | 143 |
| | 80.1% | 84.3% | 83.7% | 86.1% | 82.4% | 81.7% |

(4) 創業者数

PSEDⅡでは、当該事業の所有権を有する創業者の人数を聴取している。なお、TMT が有する人的資本として、1 人又は夫婦での起業の特徴を緩和するために、第3章から第5章までの実証分析では、本項目から「1 人又は夫婦経営ダミー」を作成し、コントロール変数として用いている。

表 2-7 回答結果

【質問】 当該事業の所有権を持つことを想定されている人々について聴取する。あなたのみが所有するか、あなたと配偶者が所有するか、あなたとそれ以外の者が所有するか。

| 選択肢 | 回答者数（割合） | | | | | |
|----------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 1 期 | 2 期 | 3 期 | 4 期 | 5 期 | 6 期 |
| 自身のみ（一人） | 598 | 355 | 253 | 179 | 147 | 124 |
| | 51.4% | 36.9% | 31.1% | 24.8% | 21.6% | 19.0% |
| 自身と配偶者 | 255 | 161 | 101 | 75 | 64 | 50 |
| | 21.9% | 16.7% | 12.4% | 10.4% | 9.4% | 7.7% |
| 自身と配偶者以外 | 311 | 446 | 459 | 467 | 469 | 477 |
| | 26.7% | 46.4% | 56.5% | 64.8% | 69.0% | 73.3% |

(5) 対象市場の範囲

PSED II では、当該事業の潜在顧客について、新興起業家がどの程度の範囲を対象としているか聴取している。米国における平均的な起業家は、国内市場のみを対象としている。他方で、起業の時点で海外も対象市場とする新興起業家も一部存在している。

【質問】事業化した最初の 2、3 年において、顧客の何パーセントが 20 マイル圏内にいることを期待しているか？ 事業化した最初の 2、3 年において、顧客の何パーセントが 20 マイル以上、100 マイル圏内にいることを期待しているか？ 事業化した最初の 2、3 年において、顧客の何パーセントが 100 マイル以上だが、国内にいることを期待しているか？ 事業化した最初の 2、3 年において、顧客の何パーセントが国外にいることを期待しているか？

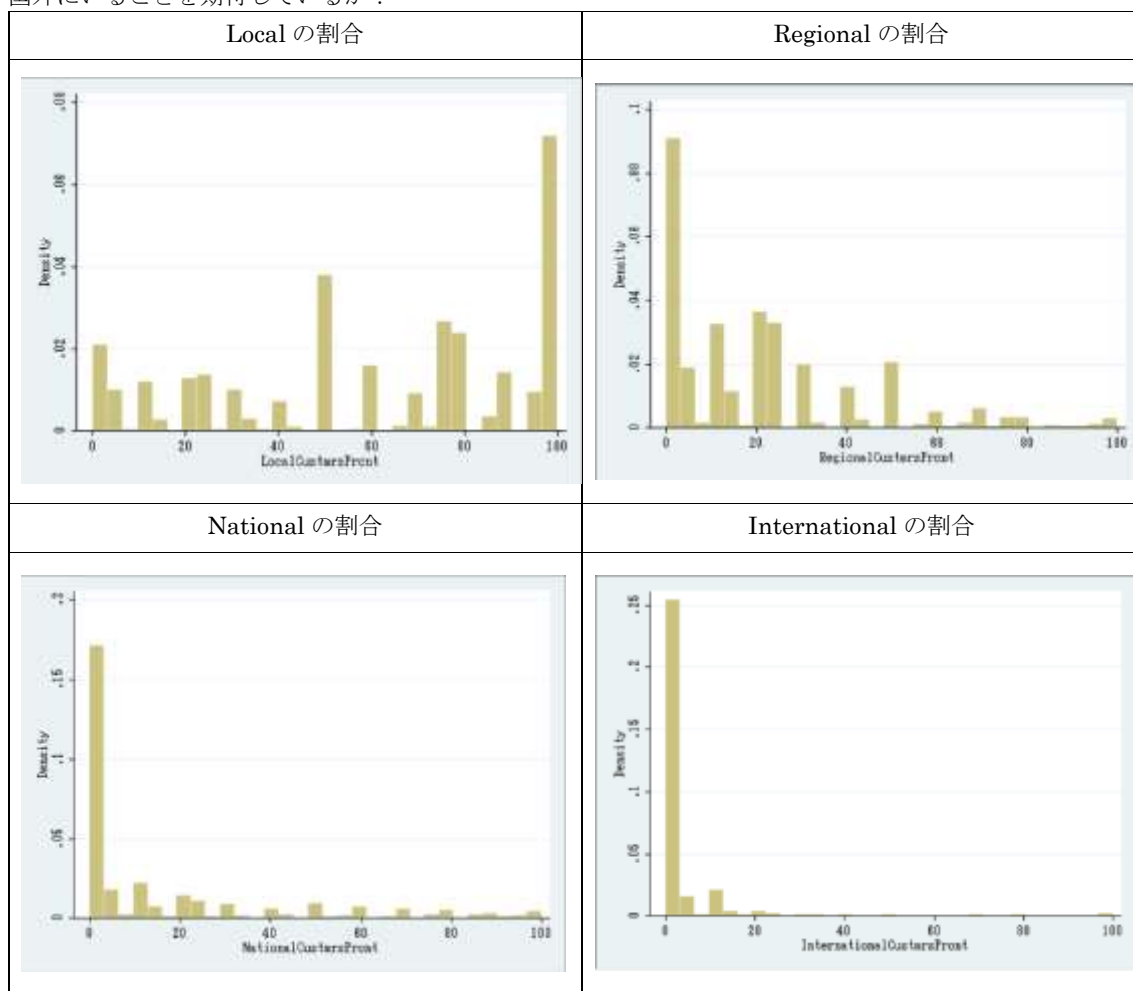


図 2-2 回答結果

(6) 革新的な技術に対する意向

PSEDⅡでは、革新的な技術の重要性に関する新興起業家の認識を聴取している。この回答から、米国における平均的な起業家は、革新的技術の重要性は理解していると考えられる。

表 2-8 回答結果

【質問】製品やサービスを生み出すために、革新的な製品技術やプロセス技術を開発することは、新たな事業にとって重要であると考えるか？

| 選択肢 | 回答者数 | | | | | |
|---------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 1 期 | 2 期 | 3 期 | 4 期 | 5 期 | 6 期 |
| 強く賛成 | 277 | 22 | 23 | 27 | 79 | 63 |
| | 22.8% | 17.2% | 16.3% | 20.5% | 21.0% | 19.7% |
| 賛成 | 342 | 35 | 45 | 35 | 111 | 97 |
| | 28.2% | 27.3% | 31.9% | 26.5% | 29.5% | 30.3% |
| どちらでもない | 93 | 15 | 11 | 13 | 26 | 25 |
| | 7.7% | 11.7% | 7.8% | 9.8% | 6.9% | 7.8% |
| 反対 | 138 | 16 | 12 | 14 | 49 | 34 |
| | 11.4% | 12.5% | 8.5% | 10.6% | 13.0% | 10.6% |
| 強く反対 | 20 | 3 | 2 | 1 | 6 | 4 |
| | 1.6% | 2.3% | 1.4% | 0.8% | 1.6% | 1.3% |
| 関係ない | 343 | 37 | 48 | 42 | 105 | 97 |
| | 28.3% | 28.9% | 34.0% | 31.8% | 27.9% | 30.3% |

(7) 地域資源

PSEDⅡでは、新興起業家に対して地域コミュニティにおける資源の充実度について聴取している。多くの新興起業家が地域コミュニティにおける支援があると認識している。なお、本項目は社会関係資本の度合いを測るうえで重要であり、第 5 章では本項目の回答における支援の有無を合計し、「政府・金融機関・地域による支援」という説明変数を作成し、実証分析に用いている。

表 2-9 回答結果

【質問】地域コミュニティにおいて、以下のそれぞれの事項についてどう認識しているか？

| 選択肢 | 回答者数（割合） | | | | |
|--------------------------------|----------|-------|---------|-------|------|
| | 強く賛成 | 賛成 | どちらでもない | 反対 | 強く反対 |
| 州および地方政府は、事業開始に対する有効な支援を提供している | 107 | 71 | 52 | 25 | 16 |
| | 39.5% | 26.2% | 19.2% | 9.2% | 5.9% |
| 金融機関は、事業開始を通常業務以上に支援している | 444 | 263 | 169 | 119 | 94 |
| | 40.8% | 24.2% | 15.5% | 10.9% | 8.6% |
| 地域グループは、事業開始に対する有効な支援を提供している | 643 | 538 | 393 | 234 | 181 |
| | 32.3% | 27.0% | 19.8% | 11.8% | 9.1% |

3-2 創業活動の実施状況

(1) 最初の黒字化

PSEDⅡでは、初めて月次の支出が収入を超えた年月が聴取されている。序章で論じたように、平均的な起業家を想定した本研究では「起業の成果」を測る重要な尺度として黒字化を位置付けている。第4章と第5章では本項目の回答をもとに、各期のインタビュー時点で最初の黒字化を達成したかを判断し、実証分析に用いている。

表 2-10 回答結果

【質問】これまでに本事業の月次の支出が収入を超えているか？

| 選択肢 | 回答者数（割合） | | | | | |
|-----|----------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 1期 | 2期 | 3期 | 4期 | 5期 | 6期 |
| はい | 319 | 314 | 306 | 256 | 256 | 239 |
| | 27.4% | 32.6% | 37.6% | 35.5% | 37.6% | 36.7% |
| いいえ | 845 | 648 | 507 | 465 | 424 | 412 |
| | 72.6% | 67.4% | 62.4% | 64.5% | 62.4% | 63.3% |

(2) 実態に即したビジネスプラン

PSEDⅡでは、2期目以降において、ビジネスプランが実態に即しているかが聴取されている。序章で論じたように、本研究では「起業機会の深耕」を測る重要な尺度として「実態に即したビジネスプラン」を位置付けている。第3章から第5章では、本項目の回答をもとに実態に即したビジネスプランを有しているかを判断し、実証分析に用いている。

表 2-11 回答結果

【質問】前期のビジネスプランについては実態に即しているか？

| 選択肢 | 回答者数（割合） | | | | | |
|-----|----------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 1 期 | 2 期 | 3 期 | 4 期 | 5 期 | 6 期 |
| はい | — | 329 | 338 | 278 | 272 | 250 |
| | — | 34.2% | 41.6% | 38.6% | 40.0% | 38.4% |
| いいえ | — | 633 | 475 | 443 | 408 | 401 |
| | — | 65.8% | 58.4% | 61.4% | 60.0% | 61.6% |

(3) 財務計画の策定

PSEDⅡでは、損益計算書、キャッシュフロー計算書、損益分岐分析等といった財務計画の策定状況を聴取している。なお、起業における会計専門家の役割をビジネスプランとの関連で観察するとき、この財務計画の策定は重要な要素となるため、第4章では本項目から財務計画の策定の有無を判断し、実証分析で用いている。また、第4章の実証分析結果からこの財務計画の策定は創業過程における一定の重要性が示されたため、第5章では同変数をコントロール変数として用いている。

表 2-12 回答結果

【質問】財務計画（損益計算書、キャッシュフロー計算書、損益分岐分析等）を策定しているか？

| 選択肢 | 回答者数（割合） | | | | | |
|-------------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 1 期 | 2 期 | 3 期 | 4 期 | 5 期 | 6 期 |
| はい | 335 | 367 | 368 | 356 | 345 | 338 |
| | 28.9% | 47.1% | 57.4% | 67.4% | 68.6% | 72.5% |
| いいえ、将来行うつもり | 578 | 247 | 138 | 90 | 85 | 60 |
| | 49.8% | 31.7% | 21.5% | 17.0% | 16.9% | 12.9% |
| いいえ、関係ない | 248 | 165 | 135 | 82 | 73 | 68 |
| | 21.4% | 21.2% | 21.1% | 15.5% | 14.5% | 14.6% |

(4) 事業者団体への加入

PSEDⅡでは、事業者団体への状況を聴取している。本研究では、人的資本が有するつながりである社会関係資本として、商工会等の事業者団体をうまく活用しているかが重要な要素であると考えている。そこで社会関係資本の効果を取り扱った第5章では、本項目から事業者団体への加入状況を判断し、実証分析で用いている。

表 2-13 回答結果

【質問】事業者団体のメンバーになっているか

| 選択肢 | 回答者数（割合） | | | | | |
|-------------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 1 期 | 2 期 | 3 期 | 4 期 | 5 期 | 6 期 |
| はい | 102 | 142 | 177 | 176 | 186 | 191 |
| | 8.9% | 19.4% | 30.6% | 39.6% | 44.6% | 50.8% |
| いいえ、将来行うつもり | 428 | 237 | 143 | 105 | 88 | 67 |
| | 37.3% | 32.4% | 24.7% | 23.6% | 21.1% | 17.8% |
| いいえ、関係ない | 616 | 352 | 259 | 163 | 143 | 118 |
| | 53.8% | 48.2% | 44.7% | 36.7% | 34.3% | 31.4% |

(5) 会計専門家の活用

PSEDⅡでは、外部の会計専門家の活用状況を聴取している。先行研究では、新興起業の財務管理能力が重要であること、そして中小・新興起業が外部の会計専門家をしばしば利用することが明らかとなっている。第 4 章では本項目から外部の会計専門家の活用状況を判断し、実証分析で用いている。また、第 4 章の実証分析結果から外部の会計専門家の活用が創業過程において重要であることが示されたため、第 5 章では同変数をコントロール変数として用いている。

表 2-14 回答結果

【質問】当該事業のために会計専門家を活用しているか？

| 選択肢 | 回答者数（割合） | | | | | |
|-------------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 1 期 | 2 期 | 3 期 | 4 期 | 5 期 | 6 期 |
| はい | 228 | 297 | 326 | 315 | 317 | 322 |
| | 19.8% | 39.7% | 53.2% | 63.1% | 68.3% | 73.3% |
| いいえ、将来行うつもり | 519 | 232 | 151 | 85 | 66 | 44 |
| | 45.0% | 31.0% | 24.6% | 17.0% | 14.2% | 10.0% |
| いいえ、関係ない | 407 | 219 | 136 | 99 | 81 | 73 |
| | 35.3% | 29.3% | 22.2% | 19.8% | 17.5% | 16.6% |

(6) 潜在顧客との対話

PSEDⅡでは、起業の手段となる製品・サービスに関する潜在顧客とのコミュニケーション状況を聴取している。本研究では、「起業機会の発見」から「起業機会の深耕」へと段階が進むための要因も研究対象としている。その際に、情報収集段階から情報活用段階への段階的シフトが重要だと考えている。そこで第 3 章では、本項目から潜在顧

客との対話の「停止」を測定した。ここでいう停止とは、前期は情報収集をしていたが、今期は情報収集を止めて活用段階に入った、ということを意味する。PSEDⅡのパネルデータだからこそ作成しえたこの変数を用いていることが、本研究の1つの特徴である。

表 2-15 回答結果

【質問】当該事業の製品やサービスについて、潜在顧客との対話を行っていますか？

| 選択肢 | 回答者数（割合） | | | | | |
|-------------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 1 期 | 2 期 | 3 期 | 4 期 | 5 期 | 6 期 |
| はい | 782 | 749 | 671 | 612 | 589 | 565 |
| | 67.2% | 77.9% | 82.5% | 84.9% | 86.6% | 86.8% |
| いいえ、将来行うつもり | 268 | 70 | 31 | 19 | 13 | 10 |
| | 23.0% | 7.3% | 3.8% | 2.6% | 1.9% | 1.5% |
| いいえ、関係ない | 114 | 143 | 111 | 90 | 78 | 76 |
| | 9.8% | 14.9% | 13.7% | 12.5% | 11.5% | 11.7% |

(7) 競合に関する調査

PSEDⅡでは、起業の際に競合する可能性がある企業や製品・サービスについての調査状況を聴取している。本研究では、「起業機会の発見」から「起業機会の深耕」へと段階が進むための要因も研究対象としている。その際に、情報収集段階から情報活用段階への段階的シフトが重要だと考えている。そこで第3章では、本項目から競合に関する調査の「停止」を測定した。ここでいう停止とは、前期は情報収集をしていたが、今期は情報収集を止めて活用段階に入った、ということを意味する。PSEDⅡのパネルデータだからこそ作成しえたこの変数を用いていることが、本研究の1つの特徴である。

表 2-16 回答結果

【質問】当該事業の競合に関する情報を収集していますか？

| 選択肢 | 回答者数（割合） | | | | | |
|-------------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 1 期 | 2 期 | 3 期 | 4 期 | 5 期 | 6 期 |
| はい | 606 | 605 | 560 | 515 | 496 | 479 |
| | 52.1% | 62.9% | 68.9% | 71.4% | 72.9% | 73.6% |
| いいえ、将来行うつもり | 189 | 63 | 23 | 15 | 13 | 12 |
| | 16.2% | 6.5% | 2.8% | 2.1% | 1.9% | 1.8% |
| いいえ、関係ない | 369 | 294 | 230 | 191 | 171 | 160 |
| | 31.7% | 30.6% | 28.3% | 26.5% | 25.1% | 24.6% |

第 4 節 本章のまとめ

本章では、本研究が用いる PSED II に特化して、PSED の概要と PSED を用いた先行研究、そして PSED II の基礎分析を行った。PSED は、米国を発祥とし、世界的に応用される新興起業調査であり、その他の同様の調査と比較して新興起業家の状況と創業過程における活動状況を非常に精緻に調査している。そのため、平均的な新興起業家を想定したミクロ的な実証分析をする上で最も有用なデータであると考えられる。

特に本研究が焦点をあてる「起業機会の深耕」、そして人的資本・社会関係資本の観点からすると、PSED II ならではの尺度構築と実証分析が可能である。「起業機会の深耕」に関しする諸活動については、「実態に即したビジネスプラン」だけでなく、財務計画の策定、潜在顧客との対話、競合に関する調査などが利用可能である。人的資本については、TMT のメンバー構成や多様性などを測定しうる。社会関係資本については、地域コミュニティ資源や事業者団体等の状況を測定しうる。これらの尺度を実証分析で用いることで、未だ不明確な点が残されている「起業機会の深耕」と新興起業家の特徴・活動との間の関係を、より適切に検証できると考えられる。

ただし、PSED 関連の各国での取り組みは、その調査結果の公表状況に大きな課題がある。米国のように誰もが利用可能な公開データとなっていない場合が一般的であり、さらに、PSED を応用したデータ収集・蓄積を行っていない国も多数存在するのである。少なくともわが国は、米国と比較可能な水準で、公開データとして PSED を応用した調査を行う必要があると考えられる。なぜなら、そのデータがあつてはじめて、蓄積された PSED を用いた先行研究とわが国新興起業家の状況を比較でき、経営・政策的な

議論が有意義になると考えられるのである。その際に、多大な調査コストがかかる PSED だからこそできる実証分析や得られる経営・政策的含意を明らかにする必要がある。

本研究の第 3 章から第 5 章では、PSED II だからこそできる実証分析を強く意識している。そして、米国だけでなく、日本における経営・政策的な含意が得られる実証分析を行うことを目指している。PSED II を用いた実証研究は、その新しさゆえに、まだ公開された研究論文がほとんど存在しない。その中で、PSED II の活用可能性に特化した本研究は、一定の意義があると思われる。

第3章 情報収集と活用に関する実証分析

第1節 リサーチ・クエスションと仮説

1-1 リサーチ・クエスション

新興起業の創業過程は、Reynolds and Miller (1992) や Liao et al. (2005) が実証したように、各創業活動の実施順序や期間が異なり、共通の経路があるわけではなく、その発展段階を規定することは困難である。

しかしながら、資金の獲得やビジネスプランの策定などといった創業活動については、創業過程のなかで重要なマイル・ストーンと捉えることができる。特にビジネスプランの策定については、ビジネスプランが新興起業に有用であるとする多くの研究と (e.g. Liao and Gartner, 2006; Delmar and Shane, 2003)、そうでは無いとする一部の批判 (e.g. Bhidé, 2000; Bird, 1988) が存在していたが、大江ほか (2015) は、ビジネスプランの質的な側面に着目し、「実態に即したビジネスプラン」を持つ新興起業ほど、起業の1つの重要な成果である「最初の黒字化」への到達可能性が明らかに高まり、早まることを実証的に示した。

本研究の立場からすると、「実態に即したビジネスプラン」の有無は、「起業機会の深耕」の度合いを測る重要な尺度である。なぜなら、非公式・公式のビジネスプランは、起業機会が発見されていなければ作成は困難である。そして、起業機会が深耕されなければ、TMT が自信を持って「実態に即している」と言えるプランは作成しえないであろうからである。そこで本章では、「起業機会の深耕」の結果とみなすことができる「実態に即したビジネスプラン」が、TMT のどのような人的資本の特性と活動によってもたらされやすいのかを実証分析したい。本章の実証分析によって、「起業機会の深耕」をより適切に進めるためには、TMT の過去のビジネス経験と多様性が人的資本として重要であり、加えて、起業機会についての情報収集と得られた情報の活用は段階的に着実に行った方がよいことが明らかとなる。

1-2 仮説

(1) TMT の特性と実態に即したビジネスプラン

創業活動におけるビジネスプランの策定は、多くの米国ビジネススクールの講義にも盛り込まれており、一般に重要と考えられている (Honig, 2004)。しかし先行研究

では、ビジネスプランが新興起業に有用であるとする多くの研究と（e.g. Liao and Gartner, 2006; Delmar and Shane, 2003）、そうでは無いとする一部の批判（e.g. Bhidé, 2000; Bird, 1988）が存在していた。そこで大江ほか（2015）は、ビジネスプランの有無に加えて、その質的側面に着目し、ビジネスプランがビジネスの実態に即している場合に最初の黒字化の可能性を高め、さらに早める効果があることを実証した。

「起業機会の深耕」の結果とみなすことができる「実態に即したビジネスプラン」を持つ状態に到達するには、過去の創業経験や同一産業での職務経験などといった、人的資本としての TMT が有する情報量と情報処理能力の影響を受けると考えられる。TMT は組織における最高経営階層であり、彼らの特性が組織業績に影響を与えることが指摘されてきた。例えば、創業者が過去に創業経験を持つ場合、関連手続きを効率化して競争力につながる関係者との連携や事業戦略の検討といった活動に注力できる（Lerner and Haber, 2001）。そして、起業機会に関するアイデアの取りまとめや関連技術、顧客ニーズの把握のために創業経験が有利になり（Helfat and Lieberman, 2002）、同一産業での職務経験は機会の発見を容易にする効果があることが指摘されている（Dimov, 2010）。

また、「起業機会の深耕」との関係で、創業者が起業機会に関して可能な限り情報収集をしたとしても、なお高い不確実性は残されてしまう。この時創業者は、市場や顧客、供給者について仮定を置いて進めなければならないが、過去に顧客や供給者、競合と接点を持った経験が有効となる（West and Noel, 2009）。つまり、TMT が過去のビジネス経験を有するほど、彼らの情報量と情報処理能力は大きく、創業活動における重要なマイル・ストーンとしての「実態に即したビジネスプラン」を有する状態にたどり着きやすい。ゆえに、以下の仮説 1 を提示したい。

仮説 1 TMT に過去のビジネス経験がある新興起業ほど、実態に即したビジネスプランを持つ

こうした個々の創業者が持つ過去のビジネス経験が組織に取り込まれ、活用されるためには、組織学習のプロセスが重要となる（Huber, 1991）。知識吸収能力理論で

は、新たな知識を取り込む時は、既に保持している知識との重なりであるオーバーラップ (overlap) を利用することにより、新しい知識の理解が可能となる (Cohen and Levinthal, 1990; 大江, 2012)。そのため、TMT が過去のビジネス経験と類似する職務に従事していると、TMT 内で共通する知識の蓄積と情報処理が容易になり、「起業機会の深耕」がより効果的に行われる可能性がある。

一方で、TMT の多様性が高いと組織として多くの知識やスキルを有し (Simons et al., 1999)、新しいプロセスやイノベーションが生まれやすくなることが指摘されている (Wright and Snell, 1998)。これは、TMT の多様性が高いとメンバー間のオーバーラップが多様性に富むためと考えられる。つまり、あるメンバーが個人的には知らない、もしくは処理できない情報でも、TMT としての組織的なオーバーラップによって情報が保有・処理されることで、「起業機会の深耕」が効果的になされる可能性がある。

そこで本実証分析では、創業活動における人的な情報処理過程としての「起業機会の深耕」の諸活動が効果的に行われるために、TMT の同質性もしくは多様性が与える影響を検証する。ただし、先行研究をふまえると TMT の同質性と多様性はいずれも重要な可能性が考えられるため、以下の対立する仮説 2a と仮説 2b を提示する。

仮説 2a TMT の多様性が高い新興起業ほど、実態に即したビジネスプランを持つ

仮説 2b TMT の同質性が高い新興起業ほど、実態に即したビジネスプランを持つ

(2) 情報収集と活用の段階的区分

「実態に即したビジネスプラン」をもつには、ビジネスプランの磨き上げのための情報収集活動も必要になる。新興起業は、出資者の獲得や資金調達に向けて活動する中で、起業機会に対する認識を更新・強化するための情報を得るとされている

(Dimov, 2007)。また Shane and Delmer (2004) は、ビジネスプランの策定が組織業績へ与える効果を検証するにあたり、潜在顧客との対話といった、市場情報の収集活動に着目している。

情報収集については、収集と活用とに段階を分けて議論する必要がある。Song et al (2010) は、新興起業の市場情報の収集活動に関する実証研究において、顧客との交

流や市場情報の収集（acquisition）と、これらによって得られた情報の経営意思決定への活用（utilization）（Moorman, 1995）とに段階を区分している。また、Gruber（2007）もビジネスプランの効果に関する実証研究において、情報収集とその意思決定への活用とを区分している。

「実態に即したビジネスプラン」の獲得に向けた市場情報の収集活動に着目すると、機会の発見と深耕のための過程と捉えることができる。意思決定時に定めた目標水準を達成できる代替案を発見すると、さらなる代替案の探索をせずに選択するという情報処理プロセスとしての意思決定の方法である Simon（1956）の満足化理論（satisficing theory）に援用して考えると（Simon, 1956; 遠山ほか, 2011）、機会の発見と深耕のために必要な水準の情報が収集されれば、経営的に脆弱な新興起業はそれ以上の探索費用はかけず、得られた情報の活用段階へと移行すると推測される。つまり、情報収集活動を継続している新興起業は、機会の発見および深耕ための情報を十分に獲得できておらず、ビジネスプランが実態に即しているとの認識にはなりづらいものと考えられる。

そこで、情報収集活動の影響について、単に実施の有無のみではなく、その実施時期をも考慮して以下の仮説 3 を提示する。

仮説 3 情報収集活動と情報活用活動を段階的に実施している新興起業ほど、実態に即したビジネスプランを持つ

第 2 節 分析手法

2-1 データと分析手法

本章の実証分析では、前節で提示した仮説群（図 3-1）を検証するために、第 2 章に記述した PSED II のデータを用いた。本章の実証分析では、6 期にわたるパネルデータのうち 2 期目以降のデータを用いた。これは、情報収集活動等、前期の回答にもとづく独立変数を利用しているため、1 期目のデータではこの変数を作成できないためである。

また、「実態に即したビジネスプラン」に至る人的な情報処理過程を分析するため、1 期目の時点で既に「実態に即したビジネスプラン」を有する新興起業のデータは除

いた。この処理の結果、分析対象データは 988 企業、5 期の合計データ件数は 2,453 件となった。

分析方法は、仮説に合わせて「実態に即したビジネスプラン」を従属変数とする、離散時間ロジットモデル（Discrete time logit models）によるロジスティック回帰分析を行った。この手法は離散時間のイベントヒストリーを解析する手法として優れており、従属変数に「実態に即したビジネスプラン」の獲得の有無をダミー変数として時系列で観察しようとする今回の分析方針に、最も適している。

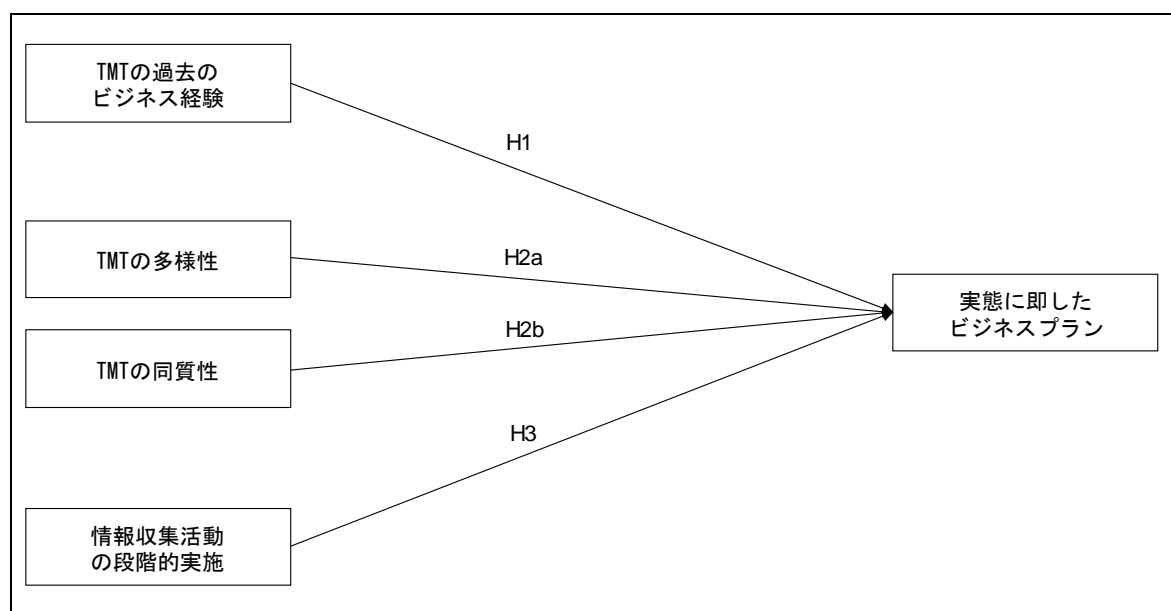


図 3-1 第 3 章の仮説群

2-2 従属変数

本章の実証分析は、「起業機会の深耕」の結果とみなすことができる「実態に即したビジネスプラン」をもつに至る要因および過程について把握することを目的としている。そのため従属変数として、大江ほか（2015）に従い、ビジネスプランが実態に即しているか否かを問うた回答を用いることにした。具体的には、PSED II では、インタビュー時点において存在するビジネスプランが当該ビジネスの状況に適合しているか（correct）について、「はい」、「いいえ」、「わからない」の選択肢で回答を求めている。本研究では、大江ほか（2015）と同様に、この間に「はい」と回答した場合を 1、それ以外を 0 とするダミー変数を生成した。

2-3 独立変数

本章の実証分析では、TMT の特性と「実態に即したビジネスプラン」の獲得に関する仮説 1 と仮説 2 を検証するための独立変数として、「創業経験を持つ創業者数」、「同一業種経験を持つ創業者数」、「TMT の多様性」を用意した。加えて、情報収集活動に関する仮説 3 を検証するための独立変数として、「潜在顧客との対話の停止」、「競合の調査の停止」を用意した。

仮説 1 を検証するための「創業経験を持つ創業者数」は、TMT における、過去に創業経験を持つ人数である。「同一業種経験を持つ創業者数」は、TMT における、過去に現在のビジネスと同一の業種における職務経験を有する人数である。「TMT の多様性」は、大江ほか（2015）など多くの先行研究が用いているため、生物均等性の指標である Simpson's index を用いた。Simpson's index は確率論にもとづいた指数であり、生物の種を創業者が新興起業において果たしている役割に置き換えて計算した。PSED II で利用可能な役割は、(1) 全般、(2) 販売・マーケティング・カスタマーサービス、(3) 会計、(4) 研究開発・エンジニア、(5) 製造管理、(6) 総務・人事管理、がある。これらの役割が多様である TMT は Simpson's index の値が 1 に近づき、これらの役割がそれぞれ 1 人に集中している TMT は 0 と計算される。

仮説 3 を検証するための「潜在顧客との対話の停止」と「競合の調査の停止」は、それぞれについて「実施している」、「実施するつもりである」、「実施していない・関係ない」の選択肢で尋ねた回答をもとに作成したダミー変数である。本実証分析では情報収集活動の実施の有無のみではなく、その段階的推移に着目しているため、時系列変化を踏まえた変数とした。具体的には、「潜在顧客との対話の停止」は、当期を t 期とした場合に、前期である $t-1$ 期において潜在顧客との対話を「実施している」と回答し、 t 期では「実施している」と回答しなかった場合を 1、それ以外を 0 とするダミー変数である。「競合の調査の停止」も同様に、 $t-1$ 期において競合企業の調査を「実施している」と回答し、 t 期では「実施している」と回答しなかった場合を 1、それ以外を 0 とするダミー変数である。

2-4 コントロール変数

本章の実証分析では、PSEDⅡで使用可能なコントロール変数として、産業区分、従業員数、創業者の基本特性、起業決断のタイプ、リーマンショックに関する変数を用いて、これらの影響を緩和した。

新興起業の業績は産業によって異なることが指摘されており（Bracker and Pearson, 1986; Rue, 1973; Wood and LaForge, 1979）、創業活動の進展にも影響がある可能性が考えられるため、新興起業が属する産業についての回答をもとに、「小売業ダミー」と「金融・保険ダミー」を追加した。また、新興起業の創業過程について、ハイテク企業とそれ以外の企業との相違が指摘されており（Liao and Welsch, 2008）、回答者が自身の新興起業をハイテク企業であると回答したか否かによる「ハイテクダミー」を追加した。さらに事業規模の影響を緩和するために、組織規模を代理する「従業員数」を追加した。なお従業員数は、正社員の人数に対してパートタイマーの人数は半分に減らして合算している。

本章の実証分析では、統制すべきその他の TMT の特性として、「創業者平均年齢」、「1 人又は夫婦経営ダミー」、「起業決断のタイプ」の変数を用意した。「創業者平均年齢」は、事業に参画する創業者の平均年齢である。「1 人又は夫婦経営ダミー」は、1 人あるいは夫婦もしくは同居しているカップルで経営している場合に 1、そうでない場合に 0 とするダミー変数である。また、起業決断のタイプには、起業家になるという決断が先行する場合と、起業に関するビジネスアイデアが先行する場合とがあり（Bhave, 1994）、この差異がその後の創業過程にも影響を及ぼす可能性が考えられる。そこで、新興起業家となる決断が先行する場合を 1、それ以外を 0 とするダミー変数を「起業決断先行ダミー」として追加した。

最後に、PSEDⅡならではの注意点として、リーマンショックの影響を忘れてはならない。2005 年から 2011 年までの調査期間中に、深刻な金融危機が発生しており、新興起業のビジネス環境にも重要な影響があったと考えられるため、リーマンショックが発生した 2008 年 9 月 15 日以降のデータを 1 とする「リーマンショック後ダミー」を本章の実証分析では追加した。

なお、離散時間ロジットモデルでは、Duration ダミー変数が必要であるため、インタビュー時点での創業月数をもとに Duration ダミー変数を作成した。Duration ダミ

一変数は12ヶ月単位とし、例えばDuration1は創業1-12ヶ月の時に1、それ以外の時に0とし、Duration2は創業13-24ヶ月の時に1、それ以外の時に0とした。創業月数は、インタビュー年月から創業を考え始めた年月を差し引いて算出した。また、本分析で用いるデータは創業から26年間の企業を対象としており、Duration1からDuration26まで存在するが、Duration1をベースとしてDuration2からDuration26までのダミー変数を用いて期間的影響を緩和する分析を行った。

第3節 分析結果と考察

表3-1は、分析において用いた変数の基本統計量と相関表である。各変数間の相関係数をみると、「潜在顧客との対話の停止」と「競合に関する調査の停止」の0.51が最大であった。VIFは最大で1.58であり、閾値である10以下のため（Belstey et al., 1980）、多重共線性の問題はないと判断した。

表3-2は、離散時間ロジットモデルの分析結果である。モデルIはコントロール変数のみのベースモデルであり、モデルIIは先述の仮説検証のためにモデルIに独立変数を追加したフルモデルである。モデルIとモデルIIの説明力は、対数尤度とBICによって判断した。その結果、対数尤度とBICのいずれについても、コントロール変数のみのモデルI（対数尤度：-1126.62, BIC：2542.03）よりも、独立変数が組み込まれたモデルII（対数尤度：-1068.14、BIC：2471.90）の説明力が高いことが示された。

モデルIIより、「創業経験有り創業者数」（ $\beta = 0.28, p < 0.01$ ）と「同一業種経験有り創業者数」（ $\beta = 0.26, p < 0.01$ ）は、ともに係数が正の符号であり、1%水準で統計的に有意であった。そのため、「TMTに過去のビジネス経験がある新興起業ほど、実態に即したビジネスプランを持つ」という仮説1は、強く支持された。この結果は、創業者の過去の創業経験や職務経験に関する既存の実証研究の結果とも整合する

（e.g., Lerner and Haber, 2001; Dimov, 2010）。つまり、TMTが過去のビジネス経験を有するほど、彼らの情報量と情報処理能力は大きくなり、人的な情報処理過程としての「起業機会の深耕」が効果的に行われ、創業活動における重要なマイル・ストーンとしての「実態に即したビジネスプラン」を有する状態にたどり着きやすいことを示している。

対立仮説として用意した「TMTの多様性が高い新興起業ほど、実態に即したビジネスプランを持つ」という仮説 2a と「TMTの同質性が高い新興起業ほど、実態に即したビジネスプランを持つ」という仮説 2b については、モデルⅡの「TMTの多様性」($\beta = 0.58$, $p < 0.05$) が 5%水準で統計的に有意であり、係数が正の符号であることから、多様性が高い方が良いという分析結果となった。そのため、仮説 2b の TMT の同質性の高さではなく、仮説 2a の TMT の多様性が高い新興起業ほど、「実態に即したビジネスプラン」を持つことが支持された。このことから、Katila and Ahuja (2002) や March (1991) が指摘するように、TMT が多様性を持ち、多様な観点から「起業機会の深耕」を行うことが重要だと考えられる。なお、今回の実証分析では TMT の多様性の重要性のみが示されたが、新たな知識を取り込む上での TMT が有する既存知識の重要性 (eg., Cohen and Levinthal, 1990) については、本研究では仮説 1 の分析に用いた創業者の過去の創業経験と同一産業での職務経験によって補われている可能性を忘れてはならない。

最後に、モデルⅡの「潜在顧客との対話の停止」($\beta = 0.32$, $p < 0.05$) と「競合に関する調査の停止」($\beta = 0.66$, $p < 0.01$) については、ともに係数の符号が正であり、「潜在顧客との対話の停止」は 5%水準で、「競合に関する調査の停止」は 1%水準で統計的に有意であった。そのため、「情報収集活動と情報活用活動を段階的に実施している新興起業ほど、実態に即したビジネスプランを持つ」という仮説 3 は強く支持された。このことから、創業活動における人的な情報処理過程において情報収集活動は欠かせないものであるが、この情報収集段階を終えて活用段階に入った新興起業の方が、「実態に即したビジネスプラン」を有するに至る可能性が高いものと考えられる。そして、Simon (1956) の満足化理論と同様に、機会の発見と深耕のために必要な水準の情報が収集されれば、経営的に脆弱な新興起業はそれ以上の探索費用はかけないことが示唆された。

ここで注意すべきは、本研究で実証的に示された情報収集・活用の段階的推移がなされていない新興起業の特徴である。満足化理論に従えば、要求水準を満たす情報が未だ手に入っていないために情報収集活動を続けている企業像が浮かび上がる。一方で、すでに十分な情報収集を終えているにもかかわらず、情報収集自体が目的化し、本来の目的であった情報活用による経営意思決定と収益化からは遠ざかってしまう現

象が起きている可能性も考えられる。

表3-1 基本統計量と相関表

| 変数名 | Mean | S.D. | Min | Max | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
|-----------------|-------|-------|-----|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|------|------|------|
| 1.小売業ダミー | 0.16 | 0.37 | 0 | 1 | 1.00 | | | | | | | | | | | | |
| 2.金融・保険業ダミー | 0.02 | 0.15 | 0 | 1 | -0.07 | 1.00 | | | | | | | | | | | |
| 3.ハイテクダミー | 0.04 | 0.20 | 0 | 1 | -0.02 | -0.01 | 1.00 | | | | | | | | | | |
| 4.従業員数 | 0.14 | 1.56 | 0 | 56 | 0.03 | 0.04 | 0.02 | 1.00 | | | | | | | | | |
| 5.創業者平均年齢 | 44.80 | 12.31 | 19 | 82 | -0.04 | -0.04 | 0.05 | -0.02 | 1.00 | | | | | | | | |
| 6.1人又は夫婦経営ダミー | 0.38 | 0.49 | 0 | 1 | 0.02 | 0.00 | 0.08 | -0.02 | 0.02 | 1.00 | | | | | | | |
| 7.リーマンショック後ダミー | 0.37 | 0.48 | 0 | 1 | 0.00 | -0.02 | 0.09 | -0.05 | 0.04 | -0.27 | 1.00 | | | | | | |
| 8.起業決断先行ダミー | 0.12 | 0.33 | 0 | 1 | 0.07 | 0.09 | -0.03 | -0.02 | -0.06 | -0.04 | -0.03 | 1.00 | | | | | |
| 9.創業経験有り創業者数 | 0.56 | 0.70 | 0 | 5 | -0.06 | 0.00 | 0.06 | 0.03 | 0.22 | 0.05 | -0.12 | 0.00 | 1.00 | | | | |
| 10.同一業種経験有り創業者数 | 0.98 | 0.63 | 0 | 5 | -0.05 | 0.04 | 0.08 | 0.05 | 0.00 | 0.05 | -0.11 | -0.02 | 0.33 | 1.00 | | | |
| 11.TMTの多様性 | 0.08 | 0.19 | 0 | 1 | -0.05 | -0.01 | 0.06 | 0.03 | 0.03 | 0.08 | -0.18 | 0.04 | 0.33 | 0.37 | 1.00 | | |
| 12.潜在顧客との対話の停止 | 0.30 | 0.46 | 0 | 1 | 0.02 | 0.02 | -0.02 | 0.05 | -0.01 | 0.27 | -0.47 | 0.00 | 0.15 | 0.14 | 0.16 | 1.00 | |
| 13.競合に関する調査の停止 | 0.24 | 0.43 | 0 | 1 | -0.01 | 0.00 | -0.01 | 0.05 | 0.01 | 0.17 | -0.39 | 0.04 | 0.15 | 0.13 | 0.18 | 0.51 | 1.00 |

データ件数:2453 企業件数:988 Duration ダミー変数は省略

表3-2 離散時間ロジットモデルによる分析結果

| 変数名 | 従属変数: 実態に即したビジネスプラン | | | |
|----------------|---------------------|--------|-----------|--------|
| | モデル I | | モデル II | |
| 小売業ダミー | 0.06 | [0.20] | 0.10 | [0.15] |
| 金融・保険業ダミー | 0.40 | [0.46] | 0.26 | [0.32] |
| ハイテクダミー | 1.09*** | [0.35] | 0.58** | [0.26] |
| 従業員数 | 0.21*** | [0.07] | 0.15*** | [0.05] |
| 創業者平均年齢 | - 0.01 | [0.01] | - 0.00 | [0.00] |
| 1人又は夫婦経営ダミー | 1.26*** | [0.18] | 0.95*** | [0.12] |
| リーマンショック後ダミー | - 1.01*** | [0.24] | - 1.01*** | [0.17] |
| 起業決断先行ダミー | 0.33 | [0.23] | 0.20 | [0.16] |
| 創業経験有り創業者数 | | | 0.28*** | [0.08] |
| 同一業種経験有り創業者数 | | | 0.26*** | [0.09] |
| TMTの多様性 | | | 0.58** | [0.28] |
| 潜在顧客との対話の停止 | | | 0.32** | [0.13] |
| 競合に関する調査の停止 | | | 0.66*** | [0.13] |
| Observations | 2453 | | 2453 | |
| 企業数 | 988 | | 988 | |
| Log likelihood | - 1126.62 | | - 1068.14 | |
| BIC | 2542.03 | | 2471.90 | |

* $P < .10$ ** $P < .05$ *** $P < .01$ []内は標準誤差 Duration ダミー変数は省略

第4節 結論と課題

本章の実証分析は、創業活動を主導する TMT の有する情報量と情報処理能力に焦点をあて、そのあるべき情報処理過程を実証的に解明しようと試みた。その際に本実証分析では、創業過程において重要なマイル・ストーンだと考えられる「実態に即したビジネスプラン」を有した状態に注目した。本実証分析の結果から、TMT が過去のビジネス経験を有するほど、TMT の多様性が高いほど、情報収集活動とその活用活動を段階的に実施している新興起業ほど、人的な情報処理過程としての機会の深耕が効果的に行われ、「実態に即したビジネスプラン」を有するに至りやすいことが明らかとなった。本章で明らかとなった関係は、図 3-2 のとおりである。

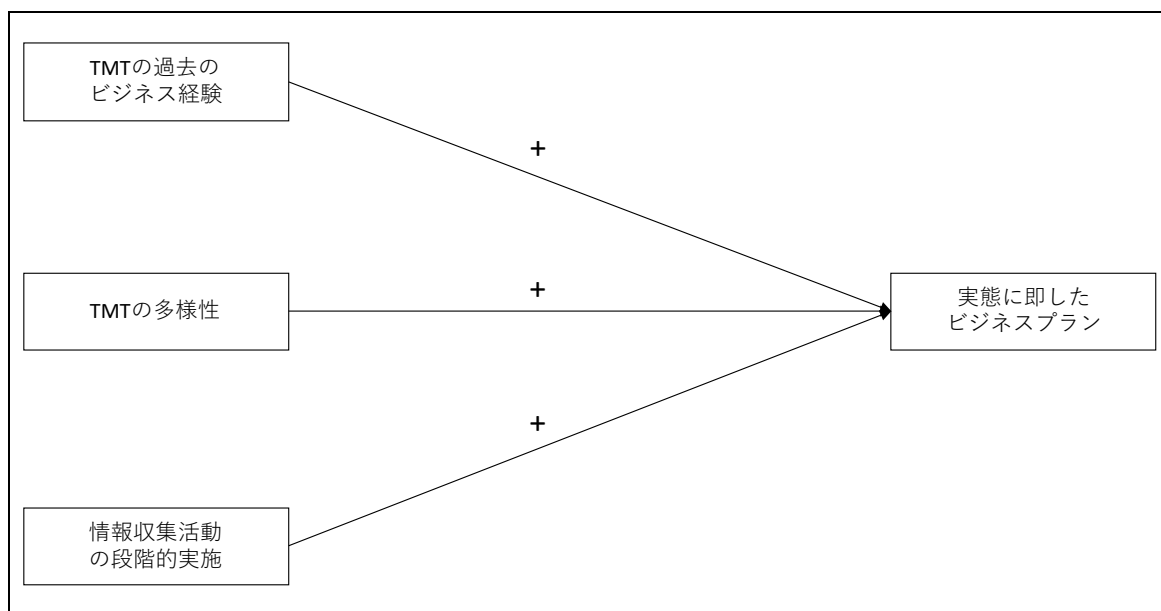


図 3-2 第 3 章の分析結果

本章の実証分析の理論的貢献は 2 点ある。まず注目すべきは、創業活動におけるビジネスプランの役割が実証的に明らかになっていく一方で、その作成に至る人的な情報システムのあり方を示す実証的証拠の蓄積が未だ不十分であった点である。本章の実証分析では、この研究課題に際し、創業活動における TMT の情報量と情報処理能力、そして彼らの情報収集・活用のあるべき姿について、実証的な証拠を提示した。そして、Simon (1956) の満足化理論と同様に、機会の発見と深耕のために必要な水準の情報が収集されれば、経営的に脆弱な新興起業はそれ以上の探索費用はかけないことを実証的に示した。これらの新たな知見は、新興起業だけでなく、経営資源が限られた経営体が高新事業を構想する際に、どのように人的な情報システムを構築すべきかを議論する上で、意義あるものと考えられる。

次に、新興起業における TMT の多様性と同質性に着目した本章の実証分析の結果は、創業メンバーの在り方について非常に興味深い知見を示している。先行研究では創業活動において TMT の多様性と同質性のどちらが望ましいかは定まっていなかったが、本章の実証分析の結果は、黒字化の可能性を高める「実態に即したビジネスプラン」の策定のためには、TMT の多様性が重要であることを発見した。これはつまり、起業や新規事業の立ち上げを構想する際、求められる経営情報は幅広い職能領域を包含したものであるべきことを意味する。そしてそれらの情報は、全てが形式知として低コストで収

集・保持・活用できるわけではないであろう。今後は、①どの職能領域のどの情報が特に重要なのか、②それらの重要な情報をどのように形式化し、さらにはシステム化すべきか、といった新たな研究領域の発展が期待される。

一方で、本章の実証分析の結果は、創業者が創業活動を行う際に、過去にビジネス経験を有する協力者を TMT に含めること、TMT では適切な役割分担を行いつつ起業機会を深耕すること、適切なタイミングで情報収集段階に目処をつけ活用段階へと推移すること、という教訓を示唆する。これらの教訓は、新興起業家が効果的な人的情報システムの構築を目指す際に考慮すべき重要な点であり、本章の実証分析の実務的貢献であると考えられる。

こうした理論的・実務的貢献があるが、本章の実証分析には多くの限界も残されている。本章の実証分析は「実態に即したビジネスプラン」を有するに至る人的な情報処理過程を分析対象としたが、これに至ったかどうかの判断は新興起業家自身の主観的な認識によるものである。今後は、資金調達実績のような客観的事実の発生と併せて創業過程の進展を観察し、本章の実証分析の結果の頑健性を高める必要がある。さらに、米国の新興起業家のデータを用いた実証分析であることの限界もある。今後は日本やその他の国のデータをもとにした実証分析を蓄積し、本章の実証分析から得られた結果の再現性を検証する必要がある。

第4章 会計機能に関する実証分析

第1節 リサーチ・クエスチョンと仮説

1-1 リサーチ・クエスチョン

第3章では、「起業機会の深耕」の結果とみなすことができる「実態に即したビジネスプラン」を有するに至ることが創業過程において重要なマイル・ストーンの1つであると仮定し、それに至るための成功要因についての実証分析を行った。他方、新井ほか（2012）は、日本の新興起業に対するアンケート調査から、創業時点での予算の採用が新興起業の黒字化に貢献することを実証した。これは、新興起業は創業過程の早い段階で予算に代表される財務計画（financial projections）を持つべきであることを示唆する。すなわち、財務計画を策定することも「起業機会の深耕」の1つの重要な活動であり、新興起業の中間的なマイル・ストーンとなりうる。また、後述するように、多くの先行研究が創業過程における会計機能の役割の重要性を指摘し、外部の会計専門家の役割を実証してきた。

これらを踏まえると、財務計画をも包括した実効性のあるビジネスプランを有した時、TMTは自身のビジネスプランを「実態に即している」と認識すると考えられる。一方で、TMTが自身が有する人的資本として会計機能を持つべきか、それとも先行研究が示唆するように外部資源を調達するかたちで会計機能を持つべきか、というTMTの組織論的な疑問が生じる。そこで本章における実証分析では、創業過程を図4-1のように想定し、各段階における会計機能の役割の効果を実証的に把握したい。

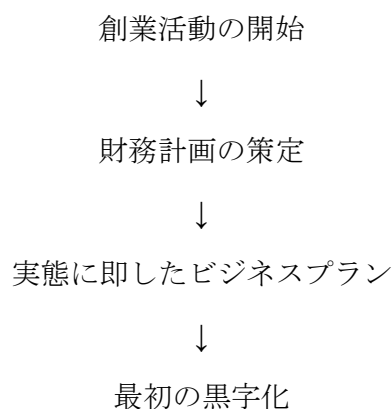


図4-1 第4章が想定する創業過程

1-2 仮説

(1) 財務計画の策定に対する会計機能の役割

財務管理は小規模企業の成功や存続に対しても重要な役割を果たしており (Collis and Jarvis, 2002; Birley and Niktari, 1995; Jarvis et al., 1996)、小規模企業の経営においても財務情報が活用しうることを示されてきた (Collis and Jarvis, 2002; Berry et al., 2006)。例えば Collis and Jarvis (2002) は、小規模企業における財務情報の活用実態についての実証分析により、多くの小規模企業が何らかの形式の財務情報を準備しており、追加的に得られる情報が経営上の意思決定に活用されていることを示した。そして、多くの小規模企業が、こうした会計情報を準備する際に外部の会計専門家を活用しており、準備過程で追加的な情報や分析、アドバイス等を受けていることを指摘している (Collis and Jarvis, 2002)。

小規模企業においても財務管理が重要であり、外部の会計専門家が有用なのだとすると、小規模企業としての新興起業においても会計機能は重要であろう。特に、本実証分析において創業過程の最初のマイル・ストーンとして位置付けた「財務計画の策定」に対して、会計専門家は貢献するであろう。その際、Collis and Jarvis (2002) が指摘する外部の会計専門家だけでなく、新興起業の TMT におけるコントローラー担当 (Horngren et al., 1999)、トレジャラー担当 (Horngren et al., 1999)、そして会計記録を管轄する総務・記帳担当といった TMT 内の会計専門家の役割も重要となる。

そこで本章の実証分析では、1 つ目のリサーチ・クエスチョンに、内部・外部の会計専門家の新興起業における財務計画の策定の貢献を位置付け、以下の仮説を設定したい。これらはつまり、TMT が会計機能を人的資本として内部に有すべきか、それとも外部資源を調達した方がよいか、の対立した主張を意味している。

<リサーチ・クエスチョン① (分析①) >

仮説 1a TMT 内に会計専門家がいると、財務計画が策定される

仮説 1b 外部の会計専門家を利用すると、財務計画が策定される

(2) 実態に即したビジネスプランに対する会計機能の役割

前述のとおり、財務管理は小規模企業においても重要な役割を果たしており、小規模企業の経営においても財務情報は活用しうる。また、財務情報に付随する情報や分析に有効性がある (Marriott and Marriott, 2000; Kirby and King, 1997; Nadan, 2010)。しかし一方で、小規模企業全体に着目すると、財務情報が十分に理解されておらず、あまり活用されていない傾向にある (Marriott and Marriott, 2000; Halabi et al., 2010)。

新井ほか (2012) は、創業時点での予算の採用が新興起業の黒字化に貢献することを明らかにした。一般的に予算は、戦略計画もしくは長期経営計画の一環として策定されるべきことが推奨される (Hornigren et al., 1999)。つまり、財務計画をも包括した実効性のあるビジネスプランを有するに至った時、創業者は自身のビジネスプランを「実態に即している」と認識するに至る可能性が考えられる。その際、上述したリサーチ・クエスチョン①と同様に、Collis and Jarvis (2002) が指摘する外部の会計専門家と、TMT 内の会計専門家のいずれの役割も重要となりそうである。

そこで本章の実証分析では、2 つ目のリサーチ・クエスチョンに、財務計画の策定と内部・外部の会計専門家の新興起業における「実態に即したビジネスプラン」を有するに至ることへの貢献を位置付け、以下の仮説を設定したい。

<リサーチ・クエスチョン② (分析②)>

仮説 2a 財務計画の策定は、実態に即したビジネスプランをもたらす

仮説 2b TMT 内の会計専門家は、実態に即したビジネスプランをもたらす

仮説 2c 外部の会計専門家の利用は、実態に即したビジネスプランをもたらす

(3) 最初の黒字化に対する会計機能の役割

創業活動におけるビジネスプランの作成は、多くの米国ビジネススクールの講義にも盛り込まれており、一般的に重要と考えられている (Honig, 2004)。そして大江ほか (2015) は、ビジネスプランは単に存在するだけでなく、それが実態に即している場合に「最初の黒字化」の可能性を明らかに高め、早める効果もあることを明らかにした。先の仮説 2a が確からしい場合、実態に即したビジネスプランは財務計画を包含した結果である可能性が高く、だからこそ財務的な実行可能性が洗練され、「最初の黒

字化」の可能性を高めるものと考えられる。

しかし、新井ほか（2012）が示すように、創業時点での予算の採用が新興起業の黒字化に直接的に貢献する可能性も残されている。つまり、「財務計画の策定」が、「最初の黒字化」に対して直接的に貢献するかもしれないのである。

加えて、会計専門家が「最初の黒字化」に与える影響を忘れてはならない。小規模企業では会計能力が不足しており（Mitchell and Reid, 2000）、外部の会計専門家を活用することが多いという（Arnold et al., 1984）。伝統的に、小規模企業における会計専門家の役割は、記録や納税申告書策定の支援であると考えられてきた（Gooderham et al., 2004; Carey et al., 2005）。しかし、小規模企業が会計専門家をビジネス上のアドバイスやサポートのために活用していることが示されている（Gooderham et al., 2004; Berry et al., 2006; Kirby and King, 1997; Carey et al., 2005; Bennett, 2007）。他方、Robson and Bennett（2000）は、小規模企業における会計専門家の活用と組織業績には統計的に有意な相関がみられないと指摘している。また Kirby and King（1997）は、小規模企業において会計専門家の活用が進まない、もしくは活用した場合にも組織業績に効果がない理由として、オーナーが会計専門家に対し、組織業績への効果を期待しておらず、事務弁護士、コンサルタント、金融機関、その他の支援機関を活用していることを指摘している。

先行研究において、整合的な結論が見出されていない状況をふまえ、本分析では3つ目のリサーチ・クエスチョンに「財務計画の策定」、「実態に即したビジネスプラン」、内部・外部の会計専門家の新興起業における「最初の黒字化」への貢献を位置付け、以下の仮説を設定したい。

<リサーチ・クエスチョン③（分析③）>

仮説 3a 実態に即したビジネスプランは、最初の黒字化に貢献する

仮説 3b 財務計画の策定は、最初の黒字化に貢献する

仮説 3c TMT 内の会計専門家は、最初の黒字化に貢献する

仮説 3d 外部の会計専門家の利用は、最初の黒字化に貢献する

第2節 分析手法

2-1 データと分析手法

本章の実証分析では、前節で提示した仮説群（図4-2）を検証するために、データとして先述の PSED II を用いた。今回の分析では、6 期にわたるパネルデータを用いた。ただし、後述する本実証分析の3つの従属変数（「財務計画の策定」、「実態に即したビジネスプラン」、「最初の黒字化」）について、最初（1 期）の調査時点ですでに実現しているサンプルを取り除いた。これは、本章の実証分析ではこれらの各段階に至るまでの過程に着目しているためであり、既に各段階に至っている新興起業は対象外とした。

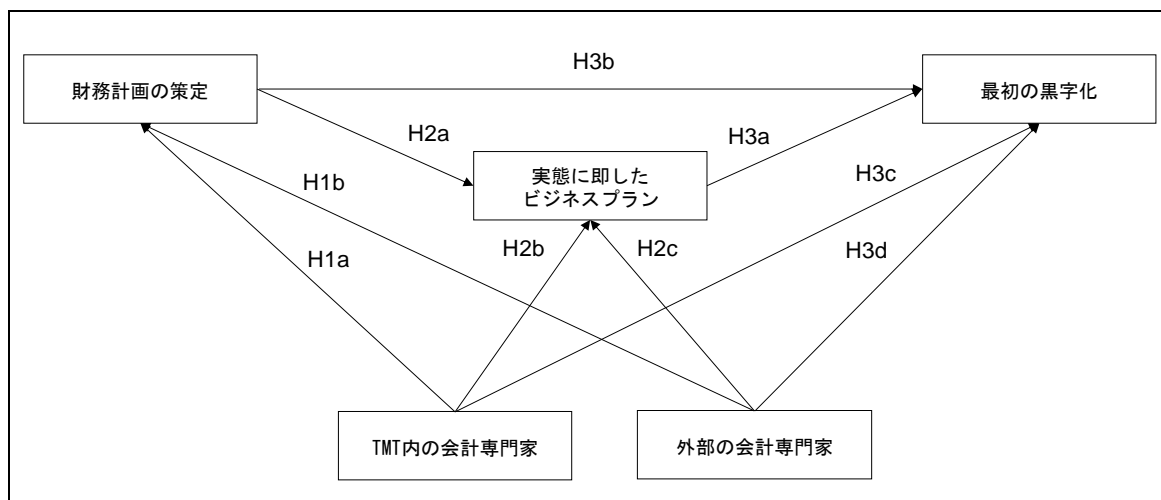


図4-2 第4章の仮説群

また、本章の実証分析では3つの従属変数それぞれについて離散時間ロジットモデルによるロジスティック回帰分析を行う。この手法はダミー変数を従属変数とする、離散時間のイベントヒストリーを解析する手法として優れている。そして3つの従属変数が1期以降にはじめて実現された時の独立変数による効果を推計できる。加えて、ひとたび従属変数としている実態に即したビジネスプランの獲得、財務計画の策定、最初の黒字化が実現されれば、その後の期の分析サンプルから当該企業は取り除かれるため、本実証分析が想定する創業過程における会計機能の効果を厳密に推計する上で適していると考えられる。

2-2 従属変数と独立変数

本章の実証分析では、上述した3つのリサーチ・クエスションに対応して、それぞれ3つの従属変数を用いる。まず1つ目の従属変数は「財務計画の策定」であり、PSED IIにおける財務計画（financial projections）の質問について、「実施している」を1、「実施するつもりである」と「していない」を0とするダミー変数である。2つ目の従属変数は「実態に即したビジネスプラン」であり、大江ほか（2015）に従っている。PSED IIではインタビュー時点において存在するビジネスプランが当該ビジネスの状況に適合しているか（correct）について、「はい」、「いいえ」、「わからない」の選択肢で回答を求めている。本分析では、この問に「はい」と回答した場合を1、それ以外を0とするダミー変数を生成した。3つ目の従属変数は、「最初の黒字化」であり、大江ほか（2015）に従っている。PSED IIでは月次収益が月次費用を初めて超えた年月が回答されている。本分析では、この年月の直後のインタビュー時点の回答サンプルを1とするダミー変数を作成した。

本章の実証分析では、仮説 1a、仮説 2b、仮説 3c について、TMT 内の会計専門家の役割に注目する。PSED II では、TMT 内の会計専門家としてコントローラー担当、トレジャラー担当、そして会計記録を管轄する総務・記帳担当の3つの役割を識別可能であると考えられる。PSED II では TMT 内のメンバーそれぞれの役割について回答者に問い、(1)全般、(2)販売・マーケティング・顧客サービス、(3)財務・会計、(4)技術・研究・科学・工学、(5)製造・オペレーション、(6)アドミニストレーション・人的資源管理、の6区分で回答を得ている。本分析では、これらの回答に「(3)財務・会計」と答えたメンバーを TMT 内の会計専門家とみなす。そして、TMT 内の会計専門家とみなされたメンバーが当該ビジネスに対して情報提供やアドバイスをしている場合（質問 H24）は「コントローラー担当」、財務活動に従事している場合（質問 H26）は「トレジャラー担当」、法務・会計・事務のようなビジネスサービスを提供している場合（質問 H28）は「総務・記帳担当」とみなした。さらに、ある新興起業において各担当が存在するか否かで3つのダミー変数を作成した。本分析では、これら3つのダミー変数の総合評価によって、仮説 1a、仮説 2b、仮説 3c の検証を行うこととする。

最後に本章の実証分析では、仮説 1b、仮説 2c、仮説 3d について、「外部の会計専門家」の存在に注目している。PSED II では、回答者の新興起業が外部の会計専門家（accountant）を利用しているかを問うている。本分析ではこの問いに「はい」と答えた場合を 1、そうでない場合を 0 とするダミー変数を作成した。なお、仮説 2a と仮説 3b の「財務計画の策定」、および仮説 3a の「実態に即したビジネスプラン」については上述した従属変数と同様である。

2-3 コントロール変数

本章の実証分析では 3 つのリサーチ・クエスチョンに対応した 3 つの分析を実施する。その際に、3 つの分析に共通するコントロール変数を設定し、これをベースモデルとする。そして、従属変数を追加したフルモデルによる分析を行う。本章の実証分析では共通コントロール変数として、事業の特性、TMT の特性、成功のための重要項目、社会経済状況に着目した。これは先行研究および PSED II のデータにおける利用可能性をふまえたためである。

新興起業の業績は産業によって異なることが指摘されており（Bracker and Pearson, 1986; Rue, 1973; Wood and LaForge, 1979）、創業活動の進展にも影響がある可能性が考えられる。そこで、新興起業が属する産業についての回答をもとに、「建設業ダミー」、「小売業ダミー」、「金融・保険ダミー」、「技術専門業ダミー」を用意した。また、新興起業の創業過程についてハイテク企業とそれ以外の企業との相違が指摘されており（Liao and Welsch, 2008）、回答者が自身の新興起業をハイテク企業であると回答したか否かによる「ハイテクダミー」を用意した。加えて、最先端の技術を利用した起業と、古い技術を利用した起業とでは、創業過程の進展が異なる可能性を考慮して、「古い技術利用ダミー（5 年以上前）」を追加した。さらに、事業規模の影響を緩和するために、組織規模を代理する従業員数として、「パートタイマーの数」と「正社員の数」を用意した。

次に本分析では、統制すべき TMT の特性として「1 人又は夫婦経営ダミー」、「フルタイムオーナー数」、「オーナー平均年齢」、「創業経験有り創業者数」、「同一業種経験有り創業者数」、「アドバイス・情報提供オーナー数」を用意した。加えて、起業決断のタイプには、起業家になるという決断が先行する場合と、起業に関するビジネスア

アイデアが先行する場合とがあり (Bhave, 1994)、この差異がその後の創業過程にも影響を及ぼす可能性が考えられる。そこで、新興起業家となる決断が先行する場合を 1 とする「起業決断先行ダミー」を用意した。

ここで「TMT の多様性」が組織業績に与える影響を忘れてはならない。組織の多様性が減り、同質性が増大すると、構造的凝集性が増大して組織業績に良い影響を与える (Pfeffer, 1983) 一方で、多様性が高い方が多くのスキルや重複していない知識を組織として持つことができ (Aldrich, 1999; Earley and Mosakowski, 2000)、組織の行動が柔軟となり、新しいプロセスやイノベーションが生まれやすくなる (Simons et al., 1999)。そこで本分析では、大江ほか (2015) など多くの先行研究が用いているため、前章と同様に生物均等性の指標である Simpson's index を用いて「TMT の多様性」を測定した。

さらに、新興起業が必ずしも財務的な成功を直近の目標としていない可能性を考慮し、成功のために重要と考える事項について「マーケティングプロモーション重要度」と「早期サービス提供重要度」をコントロール変数として用意した。「マーケティングプロモーション重要度」はマーケティングやプロモーション活動を行うことが、「早期サービス提供重要度」は市場に早く新製品あるいはサービスを提供することが、それぞれビジネスにとって重要と考える度合いである。これらは PSED II では 5 点尺度で回答されており、重要度が高いほど数値が大きくなる変数として用いた。

最後に、リーマンショックが発生した 2008 年 9 月 15 日以降のデータを 1 とする「リーマンショック後ダミー」を追加した。これは、PSED II の調査期間が 2005 年から 2011 年であり、リーマンショックの影響を考慮する必要があるためである。なお、離散時間ロジットモデルでは Duration ダミー変数が必要であるため、インタビュー時点での創業月数をもとに Duration ダミー変数を作成した。Duration ダミー変数は 24 ヶ月単位とし、例えば Duration1 は創業 1-24 ヶ月の時に 1、それ以外の時に 0 とし、Duration2 は創業 25-48 ヶ月の時に 1、それ以外の時に 0 とした。創業月数は、インタビュー年月から創業を考え始めた年月を差し引いて算出した。また、本研究で用いるデータは創業過程の開始から 26 年間の企業を対象としており、Duration1 から Duration13 まで存在するが、Duration1 をベースとして Duration2 から Duration13 までのダミー変数を用いて期間的影響を緩和する分析を行った。

第3節 分析結果と考察

3-1 分析①の結果と考察

仮説 1a と 1b を検証するための分析に用いたデータは表 4-1 に示されている。

PSSED II の最初（1 期）の段階で「財務計画の策定」を行っていない企業は 850 社であり、これらのうち 2 期以降で「財務計画の策定」に至った場合にはその後の分析サンプルから取り除かれる。その結果、分析サンプルは 3,132 件となった。相関係数の最大値は「コントローラー担当ダミー」と「総務・記帳担当ダミー担当」との間の 0.79 であり、その他の相関係数が大きな関係も内部の会計専門家に関するものであった。このことは、小規模企業である新興起業では内部の会計専門家はコントローラー、トレジャラー、総務・記帳を兼任する傾向があることを示している。

仮説 1a と仮説 1b を検証した分析結果は表 4-2 に示されている。表 4-2 のモデル I はコントロール変数のみのベースモデル、モデル II は 4 つの独立変数を含めたフルモデルとなっている。ここで注意すべきはモデルの説明力である。対数尤度（Log likelihood）ではフルモデルの説明力が高いが、BIC ではベースモデルの説明力が高い結果となった。そのため、分析 1 の結果はフルモデルの方が追加的な説明力を有するとは必ずしも言えないことを注意する必要がある。そして、VIF の最大値は 3.66 であり、閾値の 10 以下であるため多重共線性の問題は無いと判断した（Belsley et al., 1980）。

表 4-2 によると、内部の会計専門家としての「コントローラー担当ダミー」、「トレジャラー担当ダミー」、「総務・記帳担当ダミー」のいずれも統計的に有意な結果は得られていない。そのため、仮説 1a 「TMT 内に会計専門家がいると、財務計画が策定される」は支持されなかった。一方で、「外部の会計専門家活用ダミー」については、5%水準で統計的に有意な正の関係が確認された ($\beta=0.51, p < 0.05$)。そのため、仮説 1b 「外部の会計専門家を利用すると、財務計画が策定される」は支持された。

これらの結果から、新興起業の創業過程では、TMT 内ではなく、外部の会計専門家の活用が「財務計画の策定」を促進する可能性が示唆された。その理由として、会計専門家の知識水準が考えられる。外部の会計専門家は彼の会計知識についての質保証がある程度なされていると考えられる。一方で、内部の会計専門家はあくまでも TMT

内での役割であり、彼の会計知識の水準が充分である保証はない。これは、小規模企業では会計能力が不足しており（Mitchell and Reid 2000）、外部の会計専門家を活用することが多い（Arnold et al., 1984）という指摘と整合している。本章の分析結果は、これらの指摘に対し、外部の会計専門家の活用効果として「財務計画の策定」が創業過程マイル・ストーンの1つとして貢献する可能性を発見した。

表 4-1 分析①で用いたデータの基本統計量と相関行列

| 変数名 | Mean | S.D. | Min | Max | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 |
|-----------------------|-------|-------|-----|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|------|------|
| 1.建設業ダミー | 0.13 | 0.33 | 0 | 1 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.小売業ダミー | 0.19 | 0.39 | 0 | 1 | -0.19 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.金融・保険業ダミー | 0.02 | 0.14 | 0 | 1 | -0.06 | -0.07 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4.技術専門業ダミー | 0.11 | 0.32 | 0 | 1 | -0.14 | -0.18 | -0.05 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5.ハイテクダミー | 0.11 | 0.31 | 0 | 1 | -0.04 | -0.03 | -0.02 | 0.12 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6.古い技術利用ダミー(5年以上前) | 0.50 | 0.50 | 0 | 1 | -0.02 | 0.00 | -0.02 | -0.06 | 0.06 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7.パートタイマーの数 | 0.06 | 0.55 | 0 | 16 | 0.02 | 0.01 | -0.01 | -0.02 | 0.02 | 0.00 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8.正社員の数 | 0.07 | 1.04 | 0 | 48 | 0.01 | -0.02 | 0.03 | 0.01 | 0.08 | -0.01 | 0.56 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9.1人又は夫婦経営ダミー | 0.51 | 0.50 | 0 | 1 | -0.07 | 0.01 | -0.03 | 0.05 | 0.11 | 0.33 | 0.01 | -0.03 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | |
| 10.フルタイムオーナー数 | 0.65 | 0.74 | 0 | 4 | 0.02 | -0.06 | -0.05 | 0.07 | -0.03 | -0.02 | -0.01 | -0.02 | -0.20 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | |
| 11.オーナー平均年齢 | 44.65 | 12.48 | 18 | 83 | -0.06 | -0.01 | -0.01 | 0.03 | 0.00 | 0.02 | -0.01 | -0.04 | 0.15 | -0.16 | 1.00 | | | | | | | | | | | | |
| 12.創業経験有り創業者数 | 0.54 | 0.66 | 0 | 4 | 0.01 | -0.02 | 0.01 | 0.02 | 0.04 | 0.05 | 0.03 | 0.00 | 0.03 | 0.01 | 0.18 | 1.00 | | | | | | | | | | | |
| 13.同一業種経験有り創業者数 | 0.99 | 0.68 | 0 | 10 | 0.05 | -0.06 | 0.01 | 0.04 | 0.05 | 0.06 | 0.01 | 0.03 | 0.01 | 0.17 | -0.01 | 0.24 | 1.00 | | | | | | | | | | |
| 14.アドバイス・情報提供オーナー数 | 0.55 | 0.77 | 0 | 9 | 0.04 | -0.05 | 0.00 | -0.02 | 0.06 | 0.05 | 0.02 | 0.05 | -0.24 | 0.39 | -0.07 | 0.28 | 0.38 | 1.00 | | | | | | | | | |
| 15.マーケティング・プロモーション重要度 | 1.93 | 1.72 | 0 | 4 | -0.05 | 0.02 | 0.02 | 0.02 | 0.23 | 0.58 | 0.03 | 0.02 | 0.33 | -0.02 | -0.03 | 0.11 | 0.08 | 0.08 | 1.00 | | | | | | | | |
| 16.早期サービス提供重要度 | 1.38 | 1.59 | 0 | 4 | -0.03 | 0.04 | -0.02 | 0.00 | 0.24 | 0.40 | 0.00 | -0.01 | 0.24 | -0.03 | -0.04 | 0.08 | 0.07 | 0.07 | 0.68 | 1.00 | | | | | | | |
| 17.TMTの多様性 | 0.09 | 0.21 | 0 | 0.89 | 0.02 | -0.03 | -0.02 | 0.02 | 0.07 | 0.13 | 0.00 | 0.01 | 0.01 | 0.25 | -0.04 | 0.32 | 0.40 | 0.56 | 0.17 | 0.14 | 1.00 | | | | | | |
| 18.起業決断先行ダミー | 0.11 | 0.31 | 0 | 1 | -0.05 | 0.06 | 0.06 | -0.04 | 0.00 | -0.02 | 0.00 | -0.01 | -0.06 | 0.04 | -0.05 | -0.05 | -0.05 | 0.02 | 0.01 | -0.01 | 0.00 | 1.00 | | | | | |
| 19.リーマンショック後ダミー | 0.35 | 0.48 | 0 | 1 | 0.00 | 0.00 | -0.01 | -0.01 | -0.04 | -0.31 | -0.06 | -0.04 | -0.30 | -0.01 | 0.10 | -0.09 | -0.07 | -0.12 | -0.37 | -0.28 | -0.18 | -0.01 | 1.00 | | | | |
| 20.コントローラー担当ダミー | 0.51 | 0.22 | 0 | 1 | 0.00 | -0.07 | -0.01 | -0.01 | 0.02 | 0.04 | 0.00 | 0.00 | 0.02 | 0.14 | 0.02 | 0.12 | 0.14 | 0.31 | 0.06 | 0.05 | 0.49 | 0.05 | -0.06 | 1.00 | | | |
| 21.トレジャラー担当ダミー | 0.17 | 0.13 | 0 | 1 | -0.02 | -0.05 | 0.01 | -0.01 | 0.02 | -0.01 | -0.01 | 0.01 | 0.01 | 0.06 | 0.04 | 0.10 | 0.13 | 0.16 | 0.02 | 0.04 | 0.27 | -0.01 | -0.01 | 0.54 | 1.00 | | |
| 22.総務・記帳担当ダミー | 0.36 | 0.19 | 0 | 1 | 0.00 | -0.08 | -0.03 | -0.02 | 0.02 | 0.03 | 0.00 | -0.01 | 0.05 | 0.12 | 0.00 | 0.14 | 0.14 | 0.25 | 0.05 | 0.04 | 0.35 | 0.05 | -0.03 | 0.79 | 0.44 | 1.00 | |
| 23.外部の会計専門家の活用ダミー | 0.77 | 0.26 | 0 | 1 | 0.01 | -0.03 | 0.01 | 0.03 | 0.06 | 0.10 | 0.07 | 0.10 | 0.12 | 0.00 | 0.02 | 0.09 | 0.08 | 0.08 | 0.10 | 0.07 | 0.11 | -0.02 | -0.13 | 0.04 | 0.03 | 0.03 | 1.00 |

データ件数:3132 企業件数:850 Durationダミー変数は省略

表 4-2 分析①の結果

| 変数名 | 従属変数:財務計画の策定 | | | |
|-------------------|--------------|--------|-----------|--------|
| | モデル I | | モデル II | |
| 建設業ダミー | - 0.46 | [0.26] | - 0.44 | [0.26] |
| 小売業ダミー | - 0.58** | [0.23] | - 0.53** | [0.23] |
| 金融・保険業ダミー | 0.28 | [0.49] | - 0.04 | [0.50] |
| 技術専門業ダミー | 0.26 | [0.22] | 0.28 | [0.22] |
| ハイテクダミー | - 0.09 | [0.27] | - 0.11 | [0.27] |
| 古い技術利用ダミー(5年以上前) | - 0.18 | [0.19] | - 0.19 | [0.19] |
| パートタイマーの数 | 0.22** | [0.10] | 0.22** | [0.10] |
| 正社員の数 | - 0.02 | [0.06] | - 0.03 | [0.06] |
| 1人又は夫婦経営ダミー | 0.25 | [0.18] | 0.20 | [0.18] |
| フルタイムオーナー数 | - 0.38*** | [0.12] | - 0.39*** | [0.13] |
| オーナー平均年齢 | - 0.05*** | [0.00] | - 0.05*** | [0.01] |
| 創業経験有り創業者数 | 0.34*** | [0.13] | 0.35*** | [0.13] |
| 同一業種経験有り創業者数 | - 0.04** | [0.14] | - 0.04 | [0.14] |
| アドバイス・情報提供オーナー数 | - 0.34** | [0.15] | - 0.37** | [0.15] |
| マーケティングプロモーション重要度 | 0.00 | [0.07] | 0.01 | [0.07] |
| 早期サービス提供重要度 | - 0.15** | [0.07] | - 0.17** | [0.07] |
| TMTの多様性 | 1.08** | [0.47] | 0.61 | [0.53] |
| 起業決断先行ダミー | - 0.30 | [0.28] | - 0.29 | [0.28] |
| リーマンショック後ダミー | - 0.62*** | [0.23] | - 0.60** | [0.23] |
| コントローラー担当ダミー | | | 0.87 | [0.56] |
| トレジャラー担当ダミー | | | 0.80 | [0.56] |
| 総務・記帳担当ダミー | | | - 0.58 | [0.57] |
| 外部の会計専門家の活用ダミー | | | 0.51** | [0.25] |
| Observations | 3132 | | 3132 | |
| 企業数 | 850 | | 850 | |
| Log likelihood | - 655.97 | | - 650.30 | |
| BIC | 1569.52 | | 1590.37 | |

* $P < .10$ ** $P < .05$ *** $P < .01$ []内は標準誤差 Duration ダミー変数は省略

3-2 分析②の結果と考察

仮説 2a～2c を検証するための分析に用いたデータは表 4-3 に示されている。PSED II の最初（1 期）の段階で「実態に即したビジネスプラン」を有していない企業は 1,195 社であり、これらのうち、2 期以降で「実態に即したビジネスプラン」を有するに至った場合にはその後の分析サンプルから取り除かれる。その結果、分析サンプル

は 3,663 件となった。実証分析 1 と同様に、相関係数の最大値は「コントローラー担当ダミー」と「総務・記帳担当ダミー担当」との間の 0.80 であり、その他の相関係数が大きな関係も内部の会計専門家に関するものであった。

仮説 2a~2c を検証した分析結果は表 4-4 に示されている。表 4-4 のモデル I はコントロール変数のみのベースモデル、モデル II は 5 つの独立変数を含めたフルモデルとなっている。モデルの説明力を比較すると、対数尤度も BIC も、ともにフルモデルの説明力が高い結果となった。そのため、分析 2 の結果はフルモデルが追加的な説明力を有する。また、VIF の最大値は 3.97 であり、閾値の 10 以下であるため多重共線性の問題は無いと判断した (Belsley et al., 1980)。

図表 4-4 によると、「財務計画の策定」は 0.1%水準で統計的に有意な正の関係が確認された ($\beta=1.03, p<0.01$)。そのため、仮説 2a 「財務計画の策定は、実態に即したビジネスプランをもたらす」は強く支持された。一方で、内部の会計専門家としての「コントローラー担当ダミー」、「トレジャラー担当ダミー」、「総務・記帳担当ダミー」、そして「外部の会計専門家活用ダミー」については、いずれも統計的に有意な結果は得られなかった。そのため、仮説 2b 「TMT 内の会計専門家は、実態に即したビジネスプランをもたらす」と仮説 2c 「外部の会計専門家の利用は、実態に即したビジネスプランをもたらす」は支持されなかった。

これらの結果から、新興起業の創業過程では、会計専門家は「実態に即したビジネスプラン」の実現に貢献するわけではなく、むしろ財務計画をきちんと策定することで「実態に即したビジネスプラン」の実現に貢献する可能性が示唆された。ここで注意すべきは、図表 3 に示されるコントロール変数の効果である。「実態に即したビジネスプラン」を有するに至ることに貢献するのは、「TMT の多様性」($\beta=1.19, p<0.01$) や「創業経験有り創業者数」($\beta=0.30, p<0.01$) のような、TMT が全体として有する知識の範囲と質である可能性がある。一方で、「アドバイス・情報提供オーナー数」($\beta=-0.71, p<0.01$) が非常に強い負の効果をもたらしていることから、コントローラー担当の会計専門家からのアドバイスを含み、TMT 内でのコミュニケーションが複雑すぎると、調整コストの増大をもたらし、実効性のある「実態に即したビジネスプラン」を有するのが困難になる可能性がある。

表 4-3 分析②で用いたデータの基本統計量と相関行列

| 変数名 | Mean | S.D. | Min | Max | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
|-----------------------|-------|-------|-----|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|------|------|------|
| 1.建設業ダミー | 0.12 | 0.32 | 0 | 1 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.小売業ダミー | 0.17 | 0.37 | 0 | 1 | -0.17 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.金融・保険業ダミー | 0.03 | 1.16 | 0 | 1 | -0.06 | -0.07 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4.技術専門業ダミー | 0.12 | 0.32 | 0 | 1 | -0.13 | -0.16 | -0.06 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5.ハイテクダミー | 0.10 | 0.30 | 0 | 1 | -0.05 | -0.02 | 0.00 | 0.13 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6.古い技術利用ダミー(5年以上前) | 0.53 | 0.50 | 0 | 1 | -0.02 | 0.01 | 0.01 | -0.05 | 0.04 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7.パートタイマーの数 | 0.13 | 2.01 | 0 | 48 | -0.01 | 0.03 | -0.01 | 0.00 | 0.00 | 0.02 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8.正社員の数 | 0.15 | 1.85 | 0 | 80 | 0.01 | -0.02 | 0.03 | 0.03 | 0.08 | 0.03 | 0.21 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9.1人又は夫婦経営ダミー | 0.50 | 0.50 | 0 | 1 | -0.06 | 0.05 | -0.01 | 0.05 | 0.11 | 0.33 | -0.02 | -0.04 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10.フルタイムオーナー数 | 0.66 | 0.78 | 0 | 4 | 0.01 | -0.05 | -0.04 | 0.03 | -0.02 | -0.03 | 0.00 | -0.02 | -0.22 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | |
| 11.オーナー平均年齢 | 44.36 | 12.27 | 18 | 82 | -0.06 | -0.03 | -0.04 | 0.06 | 0.00 | 0.01 | -0.02 | -0.02 | 0.14 | -0.16 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | |
| 12.創業経験有り創業者数 | 0.62 | 0.75 | 0 | 5 | 0.01 | -0.05 | 0.00 | 0.03 | 0.05 | 0.09 | 0.01 | 0.04 | -0.04 | 0.06 | 0.21 | 1.00 | | | | | | | | | | | | |
| 13.同一業種経験有り創業者数 | 1.04 | 0.69 | 0 | 5 | 0.04 | -0.07 | 0.04 | 0.06 | 0.08 | 0.08 | 0.02 | 0.07 | -0.08 | 0.20 | -0.02 | 0.33 | 1.00 | | | | | | | | | | | |
| 14.アドバイス・情報提供オーナー数 | 0.64 | 0.85 | 0 | 5 | 0.00 | -0.05 | 0.00 | -0.02 | 0.10 | 0.08 | 0.03 | 0.09 | -0.28 | 0.40 | -0.04 | 0.35 | 0.45 | 1.00 | | | | | | | | | | |
| 15.マーケティング・プロモーション重要度 | 2.09 | 1.70 | 0 | 4 | -0.05 | 0.04 | 0.04 | 0.02 | 0.21 | 0.56 | 0.03 | 0.04 | 0.33 | -0.01 | -0.04 | 0.14 | 0.14 | 0.14 | 1.00 | | | | | | | | | |
| 16.早期サービス提供重要度 | 1.47 | 1.61 | 0 | 4 | -0.03 | 0.05 | 0.00 | 0.01 | 0.21 | 0.36 | 0.02 | 0.04 | 0.22 | -0.02 | -0.05 | 0.10 | 0.12 | 0.11 | 0.66 | 1.00 | | | | | | | | |
| 17.TMTの多様性 | 0.11 | 0.22 | 0 | 1 | 0.00 | -0.04 | -0.01 | 0.01 | 0.09 | 0.15 | 0.01 | 0.07 | -0.04 | 0.26 | 0.00 | 0.35 | 0.39 | 0.58 | 0.20 | 0.14 | 1.00 | | | | | | | |
| 18.起業決断先行ダミー | 0.12 | 0.33 | 0 | 1 | -0.05 | 0.06 | 0.08 | -0.03 | 0.01 | -0.03 | 0.00 | 0.03 | -0.02 | -0.01 | -0.04 | 0.00 | -0.03 | 0.02 | 0.02 | 0.00 | 0.04 | 1.00 | | | | | | |
| 19.リーマンショック後ダミー | 0.25 | 0.43 | 0 | 1 | 0.03 | -0.02 | -0.02 | -0.02 | -0.08 | -0.36 | -0.03 | -0.04 | -0.33 | -0.01 | 0.05 | -0.14 | -0.13 | -0.14 | -0.45 | -0.34 | -0.20 | -0.03 | 1.00 | | | | | |
| 20.コントローラー担当ダミー | 0.07 | 0.26 | 0 | 1 | -0.01 | -0.06 | -0.01 | -0.01 | 0.03 | 0.05 | 0.02 | 0.08 | -0.01 | 0.15 | 0.05 | 0.15 | 0.16 | 0.34 | 0.09 | 0.05 | 0.52 | -0.01 | -0.08 | 1.00 | | | | |
| 21.トレジャラー担当ダミー | 0.03 | 0.18 | 0 | 1 | -0.01 | -0.04 | 0.02 | -0.02 | 0.01 | 0.03 | 0.03 | 0.13 | -0.01 | 0.09 | 0.06 | 0.15 | 0.13 | 0.22 | 0.06 | 0.06 | 0.32 | 0.00 | -0.06 | 0.64 | 1.00 | | | |
| 22.総務・記帳担当ダミー | 0.05 | 0.22 | 0 | 1 | 0.01 | -0.07 | -0.02 | -0.01 | 0.03 | 0.04 | 0.01 | 0.03 | 0.01 | 0.13 | 0.01 | 0.16 | 0.19 | 0.28 | 0.08 | 0.04 | 0.37 | -0.02 | -0.05 | 0.80 | 0.55 | 1.00 | | |
| 23.外部の会計専門家の活用ダミー | 0.11 | 0.31 | 0 | 1 | 0.00 | -0.04 | 0.03 | 0.03 | 0.06 | 0.12 | 0.06 | 0.12 | 0.10 | 0.01 | 0.03 | 0.13 | 0.11 | 0.16 | 0.14 | 0.10 | 0.14 | 0.00 | -0.15 | 0.07 | 0.08 | 0.07 | 1.00 | |
| 24.財務計画の策定 | 0.13 | 0.33 | 0 | 1 | -0.03 | -0.04 | 0.04 | 0.03 | 0.10 | 0.15 | 0.03 | 0.08 | 0.12 | 0.01 | 0.00 | 0.15 | 0.14 | 0.21 | 0.19 | 0.12 | 0.14 | 0.03 | -0.20 | 0.08 | 0.09 | 0.06 | 0.24 | 1.00 |

データ件数:3663 企業件数:1195 Duration ダミー変数は省略

表 4-4 分析②の結果

| 変数名 | 従属変数：実態に即したビジネスプラン | | | |
|-------------------|--------------------|--------|-----------|--------|
| | モデル I | | モデル II | |
| 建設業ダミー | - 0.74*** | [0.17] | - 0.72*** | [0.18] |
| 小売業ダミー | - 0.27** | [0.13] | - 0.15 | [0.14] |
| 金融・保険業ダミー | 0.00 | [0.28] | - 0.07 | [0.30] |
| 技術専門業ダミー | 0.00 | [0.15] | - 0.01 | [0.16] |
| ハイテクダミー | - 0.96*** | [0.20] | - 0.95*** | [0.21] |
| 古い技術利用ダミー(5年以上前) | - 0.31*** | [0.11] | - 0.35*** | [0.12] |
| パートタイマーの数 | 0.04 | [0.03] | 0.03 | [0.03] |
| 正社員の数 | 0.02 | [0.02] | 0.02 | [0.02] |
| 1人又は夫婦経営ダミー | 0.09 | [0.11] | 0.08 | [0.12] |
| フルタイムオーナー数 | - 0.07 | [0.07] | - 0.05 | [0.07] |
| オーナー平均年齢 | - 0.03*** | [0.00] | - 0.03*** | [0.00] |
| 創業経験有り創業者数 | 0.36*** | [0.07] | 0.30*** | [0.08] |
| 同一業種経験有り創業者数 | 0.06 | [0.08] | 0.02 | [0.08] |
| アドバイス・情報提供オーナー数 | - 0.60*** | [0.08] | - 0.71*** | [0.11] |
| マーケティングプロモーション重要度 | - 0.01 | [0.04] | - 0.04 | [0.04] |
| 早期サービス提供重要度 | 0.00 | [0.04] | 0.02 | [0.04] |
| TMTの多様性 | 1.19*** | [0.26] | 1.19*** | [0.31] |
| 起業決断先行ダミー | - 0.06 | [0.14] | - 0.21 | [0.15] |
| リーマンショック後ダミー | - 1.18*** | [0.15] | - 1.20*** | [0.17] |
| コントローラー担当ダミー | | | - 0.09 | [0.37] |
| トレジャラー担当ダミー | | | 0.25 | [0.33] |
| 総務・記帳担当ダミー | | | 0.38 | [0.37] |
| 外部の会計専門家の活用ダミー | | | - 0.26 | [0.16] |
| 財務計画の策定 | | | 1.03*** | [0.12] |
| Observations | 3663 | | 3663 | |
| 企業数 | 1195 | | 1195 | |
| Log likelihood | - 1508.52 | | - 1455.96 | |
| BIC | 3279.63 | | 3215.54 | |

* $P < .10$ ** $P < .05$ *** $P < .01$ []内は標準誤差 Duration ダミー変数は省略

3-3 分析③の結果と考察

仮説 3a～3d を検証するための分析に用いたデータは表 4-5 に示されている。PSED II の最初（1 期）の段階で「最初の黒字化」を実現していない企業は 858 社であり、これらのうち、2 期以降で「最初の黒字化」を有するに至った場合にはその後の分析

サンプルから取り除かれる。その結果、分析サンプルは 3,055 件となった。分析 1 および 2 と同様に、相関係数の最大値は「コントローラー担当ダミー」と「総務・記帳担当ダミー担当」との間の 0.75 であり、その他の相関係数が大きな関係も内部の会計専門家に関するものであった。

仮説 3a~3d を検証した分析結果は表 4-6 に示されている。表 4-6 のモデル I はコントロール変数のみのベースモデル、モデル II は 6 つの独立変数を含めたフルモデルとなっている。モデルの説明力を比較すると、対数尤度も BIC も、ともにフルモデルの説明力が高い結果となった。そのため、実証分析 3 の分析結果はフルモデルの方が追加的な説明力を有する。また、VIF の最大値は 3.45 であり、閾値の 10 以下であるため多重共線性の問題は無いと判断した (Belsley et al., 1980)。

表 4-6 によると、「実態に即したビジネスプラン」は、0.1%水準で統計的に有意な正の関係が確認された ($\beta=1.58, p<0.01$)。そのため、仮説 3a 「実態に即したビジネスプランは、最初の黒字化に貢献する」は強く支持された。一方で、「財務計画の策定」、そして内部の会計専門家としての「コントローラー担当ダミー」、「トレジャラー担当ダミー」、「総務・記帳担当ダミー」については、いずれも統計的に有意な結果は得られていない。そのため、仮説 3b 「財務計画の策定は、最初の黒字化に貢献する」と仮説 3c 「TMT 内の会計専門家は、最初の黒字化に貢献する」は支持されない。最後に、「外部の会計専門家活用ダミー」については、5%水準で統計的に有意な正の関係が確認された ($\beta=0.62, p<0.05$)。そのため、仮説 3d 「外部の会計専門家の利用は、最初の黒字化に貢献する」は支持された。

これらの結果から、新興起業の創業過程では、財務計画と TMT 内の会計専門家は「最初の黒字化」の実現に貢献するわけではなく、むしろ「実態に即したビジネスプラン」を有し、外部の会計専門家を適切に活用することが「最初の黒字化」を実現する可能性を高めることが示唆された。その理由として、本章の実証分析 1 と同様に、内部・外部の会計専門家の知識水準の高低が考えられる。加えて、創業時点での予算の採用が新興起業の黒字化に貢献することが実証されているが (新井ほか, 2012)、予算を含む財務計画を策定するだけでは不十分であり、実効性のある計画化と、それにもとづく統制が「最初の黒字化」に対して重要であるものと考えられる。その際に、未だ小規模である新興起業においては、TMT 内に会計専門家を用意することが必ずし

も重要ではないことを、ここでの分析結果は示している。

表 4-5 分析③で用いたデータの基本統計量と相関行列

| 変数名 | Mean | S.D. | Min | Max | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 |
|-----------------------|-------|-------|-----|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|------|------|-------|------|
| 1.建設業ダミー | 0.11 | 0.32 | 0 | 1 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.小売業ダミー | 0.17 | 0.37 | 0 | 1 | -0.16 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.金融・保険業ダミー | 0.02 | 0.14 | 0 | 1 | -0.05 | -0.07 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4.技術専門業ダミー | 0.11 | 0.32 | 0 | 1 | -0.13 | -0.16 | -0.05 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5.ハイテクダミー | 0.91 | 0.29 | 0 | 1 | -0.05 | -0.02 | -0.02 | 0.09 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6.古い技術利用ダミー(5年以上前) | 0.44 | 0.50 | 0 | 1 | -0.01 | 0.00 | 0.00 | -0.05 | 0.06 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7.パートタイマーの数 | 0.70 | 0.83 | 0 | 30 | -0.01 | -0.01 | 0.00 | 0.01 | 0.04 | 0.02 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8.正社員の数 | 0.13 | 2.03 | 0 | 80 | 0.00 | -0.03 | 0.02 | 0.06 | 0.08 | 0.01 | 0.50 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9.1人又は夫婦経営ダミー | 0.45 | 0.50 | 0 | 1 | -0.02 | 0.02 | -0.02 | 0.02 | 0.12 | 0.33 | -0.01 | -0.04 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10.フルタイムオーナー数 | 0.69 | 0.81 | 0 | 4 | 0.04 | -0.06 | -0.04 | 0.05 | 0.00 | 0.00 | -0.03 | -0.01 | -0.20 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 11.オーナー平均年齢 | 45.17 | 12.42 | 18 | 83 | -0.05 | -0.05 | -0.02 | 0.04 | -0.01 | -0.02 | 0.01 | -0.02 | 0.12 | -0.17 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | |
| 12.創業経験有り創業者数 | 0.61 | 0.72 | 0 | 4 | 0.00 | -0.06 | 0.02 | 0.05 | 0.04 | 0.06 | 0.04 | 0.06 | 0.02 | 0.01 | 0.23 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | |
| 13.同一業種経験有り創業者数 | 1.00 | 0.75 | 0 | 10 | 0.06 | -0.09 | 0.03 | 0.04 | 0.05 | 0.08 | 0.05 | 0.07 | -0.01 | 0.18 | -0.01 | 0.28 | 1.00 | | | | | | | | | | | | |
| 14.アドバイス・情報提供オーナー数 | 0.62 | 0.82 | 0 | 9 | 0.00 | -0.06 | 0.01 | 0.00 | 0.10 | 0.07 | 0.06 | 0.08 | -0.26 | 0.39 | -0.03 | 0.32 | 0.41 | 1.00 | | | | | | | | | | | |
| 15.マーケティング・プロモーション重要度 | 1.84 | 1.75 | 0 | 4 | -0.04 | 0.02 | 0.03 | 0.00 | 0.24 | 0.61 | 0.03 | 0.02 | 0.33 | 0.00 | -0.06 | 0.13 | 0.14 | 0.12 | 1.00 | | | | | | | | | | |
| 16.早期サービス提供重要度 | 1.33 | 1.60 | 0 | 4 | -0.02 | 0.04 | 0.00 | 0.01 | 0.27 | 0.43 | 0.03 | 0.02 | 0.24 | -0.02 | -0.06 | 0.09 | 0.11 | 0.09 | 0.71 | 1.00 | | | | | | | | | |
| 17.TMTの多様性 | 0.11 | 0.22 | 0 | 1 | 0.01 | -0.06 | -0.03 | 0.03 | 0.08 | 0.13 | 0.02 | 0.07 | -0.03 | 0.24 | 0.00 | 0.35 | 0.38 | 0.53 | 0.18 | 0.14 | 1.00 | | | | | | | | |
| 18.起業決断先行ダミー | 0.14 | 0.34 | 0 | 1 | -0.07 | 0.05 | 0.08 | -0.03 | 0.01 | -0.02 | 0.01 | 0.02 | -0.05 | 0.00 | -0.04 | 0.01 | -0.05 | 0.02 | 0.00 | -0.01 | 0.04 | 1.00 | | | | | | | |
| 19.リーマンショック後ダミー | 0.33 | 0.47 | 0 | 1 | 0.00 | -0.02 | -0.01 | 0.02 | -0.08 | -0.40 | -0.05 | -0.03 | -0.32 | -0.02 | 0.10 | -0.12 | -0.09 | -0.12 | -0.44 | -0.34 | -0.16 | 0.01 | 1.00 | | | | | | |
| 20..コントローラー担当ダミー | 0.63 | 0.24 | 0 | 1 | -0.02 | -0.08 | -0.04 | 0.02 | 0.04 | 0.02 | 0.03 | 0.07 | -0.04 | 0.12 | 0.04 | 0.13 | 0.13 | 0.32 | 0.06 | 0.02 | 0.48 | 0.00 | -0.05 | 1.00 | | | | | |
| 21.トレジャー担当ダミー | 0.25 | 0.15 | 0 | 1 | 0.02 | -0.05 | -0.02 | 0.01 | 0.02 | 0.00 | 0.07 | 0.12 | -0.03 | 0.04 | 0.03 | 0.13 | 0.10 | 0.19 | 0.04 | 0.05 | 0.31 | 0.00 | -0.03 | 0.54 | 1.00 | | | | |
| 22.総務・記帳担当ダミー | 0.41 | 0.20 | 0 | 1 | 0.00 | -0.07 | -0.03 | 0.00 | 0.03 | 0.01 | -0.01 | 0.00 | -0.01 | 0.08 | 0.00 | 0.14 | 0.15 | 0.25 | 0.05 | 0.01 | 0.30 | -0.01 | -0.04 | 0.75 | 0.35 | 1.00 | | | |
| 23.外部の会計専門家の活用ダミー | 0.08 | 0.27 | 0 | 1 | 0.02 | -0.03 | 0.00 | 0.01 | 0.04 | 0.11 | 0.12 | 0.10 | 0.10 | 0.02 | 0.02 | 0.15 | 0.12 | 0.13 | 0.12 | 0.09 | 0.12 | 0.00 | -0.16 | 0.06 | 0.06 | 0.06 | 1.00 | | |
| 24.財務計画の策定 | 0.10 | 0.30 | 0 | 1 | -0.01 | -0.02 | 0.01 | 0.01 | 0.10 | 0.16 | 0.08 | 0.06 | 0.12 | 0.02 | 0.00 | 0.15 | 0.10 | 0.18 | 0.18 | 0.12 | 0.12 | 0.01 | -0.19 | 0.06 | 0.08 | 0.05 | 0.18 | 1.00 | |
| 25.実態に即したビジネスプラン | 0.23 | 0.42 | 0 | 1 | -0.04 | -0.04 | -0.03 | 0.10 | -0.02 | -0.02 | 0.01 | 0.01 | 0.16 | -0.03 | 0.13 | 0.12 | 0.10 | -0.07 | 0.01 | 0.01 | 0.10 | 0.01 | 0.12 | 0.04 | 0.08 | 0.02 | 0.01 | -0.04 | 1.00 |

データ件数: 3055 企業件数: 858 Duration ダミー変数は省略

表 4-6 分析③の結果

| 変数名 | 従属変数: 最初の黒字化 | | | |
|-------------------|--------------|--------|-----------|--------|
| | モデル I | | モデル II | |
| 建設業ダミー | - 0.73** | [0.30] | - 0.74** | [0.34] |
| 小売業ダミー | - 0.70*** | [0.25] | - 0.67** | [0.28] |
| 金融・保険業ダミー | 0.58 | [0.46] | 0.91 | [0.52] |
| 技術専門業ダミー | - 0.09 | [0.25] | - 0.24 | [0.29] |
| ハイテクダミー | - 0.07 | [0.28] | 0.23 | [0.30] |
| 古い技術利用ダミー(5年以上前) | 0.10 | [0.20] | 0.21 | [0.22] |
| パートタイマーの数 | 0.11 | [0.06] | 0.11 | [0.07] |
| 正社員の数 | 0.00 | [0.03] | - 0.02 | [0.03] |
| 1人又は夫婦経営ダミー | 0.38** | [0.18] | 0.16 | [0.20] |
| フルタイムオーナー数 | - 0.10 | [0.11] | - 0.12 | [0.13] |
| オーナー平均年齢 | - 0.06*** | [0.01] | - 0.07*** | [0.01] |
| 創業経験有り創業者数 | 0.50*** | [0.13] | 0.36** | [0.14] |
| 同一業種経験有り創業者数 | 0.33 | [0.12] | 0.02 | [0.13] |
| アドバイス・情報提供オーナー数 | - 0.62*** | [0.17] | - 0.73*** | [0.19] |
| マーケティングプロモーション重要度 | - 0.15** | [0.07] | - 0.14 | [0.08] |
| 早期サービス提供重要度 | 0.07 | [0.07] | 0.08 | [0.08] |
| TMTの多様性 | 0.79 | [0.45] | 0.02 | [0.55] |
| 起業決断先行ダミー | - 0.22 | [0.24] | - 0.35 | [0.28] |
| リーマンショック後ダミー | - 0.17 | [0.27] | - 0.34 | [0.28] |
| コントローラー担当ダミー | | | 0.80 | [0.65] |
| トレジャラー担当ダミー | | | 0.83 | [0.58] |
| 総務・記帳担当ダミー | | | - 0.16 | [0.64] |
| 外部の会計専門家の活用ダミー | | | 0.62** | [0.26] |
| 財務計画の策定 | | | 0.16 | [0.20] |
| 実態に即したビジネスプラン | | | 1.58*** | [0.25] |
| Observations | 3055 | | 3055 | |
| 企業数 | 858 | | 858 | |
| Log likelihood | - 682.44 | | - 638.31 | |
| BIC | 1621.67 | | 1581.55 | |

* $P < .10$ ** $P < .05$ *** $P < .01$ []内は標準誤差 Duration ダミー変数は省略

第4節 結論と課題

本章の実証分析は、新興起業の創業過程における重要なマイル・ストーンへの到達に向けて会計機能が果たす役割について実証的に把握することを目的とする実証分析を行った。その際、「起業機会の深耕」に関する「財務計画の策定」と「実態に即したビ

ジネスプラン」、そして起業の結果としての「最初の黒字化」への貢献に着目した。

本実証分析の結果、「財務計画の策定」は「実態に即したビジネスプラン」に、そして「実態に即したビジネスプラン」は「最初の黒字化」に貢献する可能性が強く示唆された。しかし、TMT 内の会計専門家が創業過程の進展に貢献する証拠は得られなかった。一方で、外部の会計専門家については、「財務計画の策定」と「最初の黒字化」に対して重要な貢献をしている可能性が示唆された。本章の分析結果は、図 4-3 のようにまとめられる。

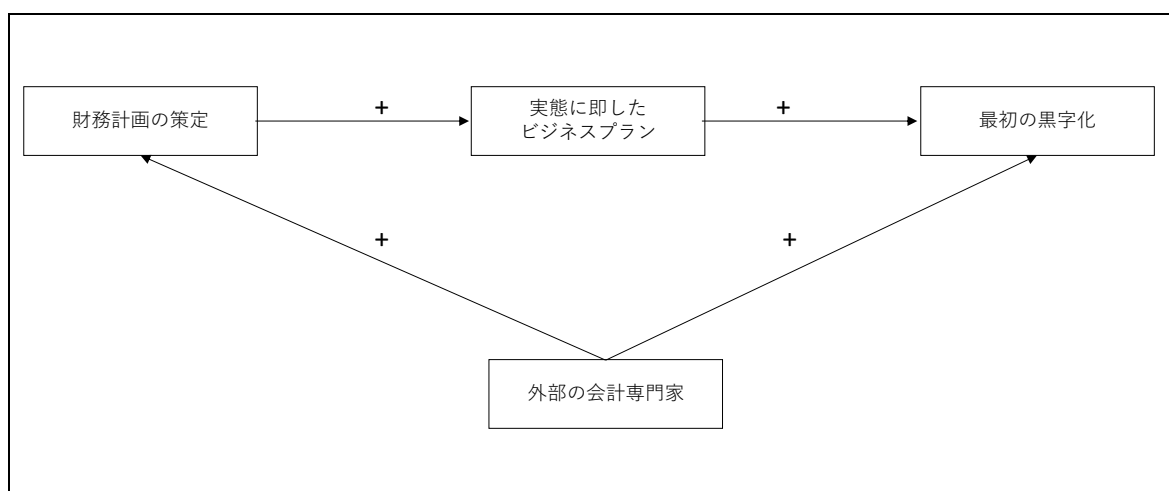


図 4-3 第 4 章の分析結果

本章の実証分析の理論的な貢献は少なくとも 2 点ある。先行研究では、小規模企業における外部の会計専門家の利用実態が示される一方、その組織業績への効果は整合していなかった。これに対して本研究は、小規模企業としての新興起業では外部の会計専門家が「財務計画の策定」と「最初の黒字化」に貢献する可能性を実証的に示した。外部の会計専門家が「起業機会の深耕」においてどのような貢献をもたらしうるかについて、解像度の高い関係性を明らかにしたことが、本章の実証分析の第 1 の理論的貢献である。

さらに本章の実証分析では、会計ならではの役割と考えられる「財務計画の策定」が創業過程の進展に非常に重要な意義を持つことを実証的に示した。ただし、「財務計画の策定」は、「最初の黒字化」のような起業の結果に直接的に効果をもたらすわけではなく、「実態に即したビジネスプラン」のような事業戦略・計画の質を高めることに直

接的に大きな貢献する可能性が高い。いずれにせよ、創業過程における会計情報の役割を実証的に示したことが本章の実証分析の第2の理論的貢献である。

米国のデータによる本章の実証分析の結果が日本においてもあてはまるのであれば、日本の起業家はスタートアップ企業専門の税理士法人等の外部の会計専門家を活用して「起業機会の深耕」を行い、「財務計画の策定」をすることが推奨されよう。この方法論は、片岡ほか(2012)が示す、サービス・イノベーションを企図して起業したジー・プラン社が破たんを回避して事業を存続・成長できた過程における外部の会計専門家の貢献に通ずるものである。また日本では、新興起業家が資金調達やビジネス・マッチング等を行う際に地方銀行や信用金庫のような中小企業金融が果たす役割が大きい。新興起業家が銀行家やビジネス・パートナーとの効率的な情報共有を行い、黒字化を実現するために財務計画を包含する「実態に即したビジネスプラン」を持つことが推奨されよう。本章の実証分析は、以上のような実務的貢献も果たしている。

一方で本章の実証分析には、いくつかの課題が残されている。まず指摘すべきは、PSED IIが米国新興起業家のデータであることである。政策的なベンチャー支援が手厚く、競争が激しい米国で観察された現象が日本を含む他国でも再現される保証はない。そのため、今後は日本を含む他の国・地域における追試を行う必要がある。

また、本章の実証分析では「財務計画の策定→実態に即したビジネスプラン→最初の黒字化」という創業過程を想定し、そこでの会計機能の役割についての分析を行ったが、構造方程式モデル等を用いた全体メカニズムの分析を行ったわけではない。これは年次パネルデータであるPSED IIの限界でもあるが、本実証分析が全体として説明力が高いものか否かを検証するためには、PSED IIには含まれていない「財務計画の策定」の年月、「実態に即したビジネスプラン」を持つに至った年月、それらの年月に至る過程における会計機能のより具体的な状況、といったデータが少なくとも必要である。また、「最初の黒字化」を実現した後の事業展開の状況についても考慮する必要がある。これらの点は、今後日本においてPSED IIに準じた調査データを取得し、さらなる実証分析を蓄積するうえで、重大な検討事項である。

第5章 新興起業家の志向と社会関係資本に関する実証分析

第1節 リサーチ・クエスチョンと仮説

1-1 リサーチ・クエスチョン

Lazear (2004) は、新興起業家は1つの能力において卓越する必要はないが、幅広く優れた能力をもつ必要があるとする。新興起業家は多様な資源をまとめなければならず、多くの領域に関する基礎的な知識が最低限求められる (Lazear, 2004)。ここで留意すべきは、必ずしも一人の新興起業家によって創業が行われるのではなく、複数の創業メンバーが活動している場合もある点である。さらに Yusuf (2012) は、新興起業家自身や TMT において必要な資本を獲得できない場合には、非公式支援として個人的ネットワーク内で得られる資本や、公式支援として弁護士や会計士などの専門家、政府、教育機関などから得られる外部支援を活用するとしている。

そのため、創業活動の成功要因について検討する際には、新興起業家自身や TMT がもつ人的資本も重要であるが、人的資本が有する人的・組織的つながりとしての社会関係資本によって補完していることも想定される。社会関係資本は 1990 年代から新たな資本の概念として、既に確立されていた人的資本や財務的資本とともに利用されるようになった (Westlund and Bolton, 2003)。またその定義については、例えば Adler and Kwon (2002) が類型しているように数多く存在している。新興起業研究における社会関係資本の定義については、Kim and Aldrich (2005) が新興起業への社会関係資本の適用について先行研究を調査しており、その中で社会関係資本を、社会的な関係性を通じて人々が入手可能な資源と広く定義づけている。

創業過程における社会関係資本の影響について、Davidsson and Honig (2003) は、強いつながりにもとづき精神的支援や奨励を提供する内部結束型社会関係資本 (bounding social capital) と、弱いつながりにもとづき情報やビジネス・パートナー、事業資源へのアクセスを提供する橋渡し型社会関係資本 (bridging social capital) に二分化した上で実証分析を行っている。創業活動の進展や利益に対しては、橋渡し型社会関係資本が有効であることを実証している (Davidsson and Honig, 2003)。

そこで本章の実証分析では、新興起業家および TMT が持つ社会関係資本に着目して、「起業機会の深耕」と「起業の成果」の要因について検証したい。なお本研究は

「起業機会の深耕」に焦点をあてており、それに効果があるとされている橋渡し型社会関係資本に特に焦点をあてた分析を行う。

1-2 仮説

Lange et al. (2007) は、既に事業を開始している起業家に対するアンケート調査に基づき、事業開始前にビジネスプランを作成していたかどうかは、事業開始後の業績にあまり関係ないことを示した。また Honig and Karlsonn (2004) は、新興起業家がビジネスプランを作成する要因として制度的同形化圧力 (institutional isomorphic pressures) に着目した上で、その効果について実証分析し、事業の継続および利益には効果がないことを示した。

一方で、「実態に即したビジネスプラン」の獲得は「起業機会の発見」ではなく、その深耕によって得られるものであり、起業後の創業活動の一つとして捉えられる。そのため、創業活動の進展に効果を持つとされている橋渡し型社会関係資本は、「実態に即したビジネスプラン」の獲得に対しても効果を持つことが推測される。Davidsson and Honig (2003) は、橋渡し型社会関係資本について、事業者団体のビジネスメンバーになっていることが創業活動の進展と利益の双方に、支援機関との接点を有することが創業活動の進展のみに効果があることを示している⁵。そこで仮説 1 および仮説 2 として以下を提示したい。

仮説 1 事業者団体に加入している新興起業ほど、実態に即したビジネスプランを持つ状態に至りやすい

仮説 2 州および地方政府・金融機関・地域からの支援が充実している新興起業ほど、実態に即したビジネスプランを持つ状態に至りやすい

橋渡し型社会関係資本は、創業活動の進展に対してのみでなく、それらの財務的な業績に対しても効果を持つ (Davidsson and Honig, 2003; Bosma et al., 2004)。Davidsson and Honig (2003) は、事業者団体への加入が創業活動の進展のみではなく利益に対しても効果を持つことを実証した。また Bosma et al. (2004) は、情報収集の手段として

⁵ Davidsson and Honig (2003) は、創業活動の進展についてビジネスプランの作成や製品・サービスの開発を含む 20 の創業活動の実施件数により把握している。

の起業家のネットワークに着目し、商業的關係や起業家仲間を通じたネットワークを持つことが利益に対して効果を持つことを実証した。そこで、先の仮説 1 および仮説 2 に対応して、それぞれ仮説 3、仮説 4 を提示したい。

仮説 3 事業者団体に加入している新興起業ほど、最初の黒字化に至りやすい

仮説 4 州および地方政府・金融機関・地域からの支援が充実している新興起業ほど、最初の黒字化に至りやすい

社会関係資本は必ずしも所与のものではなく選択的に獲得できるものでもあると考えられる。実際に Glaser et al. (2002) は、人的資本の獲得に投資する者ほど社会関係資本の獲得にも投資している傾向を実証している。さらに目標設定理論に基づいて推察すると、事業拡大に対して高い目標を設定している起業家ほど事業拡大のために努力するため、社会関係資本の獲得にも積極的に行動すると考えられる。そこで、仮説 5 として以下を提示したい。

仮説 5 事業規模拡大を希望する新興起業ほど、事業者団体に加入している

上記の仮説 1 から仮説 5 を図示すると以下の通りである。なお「実態に即したビジネスプラン」から「最初の黒字化」の矢印については、仮説とはしていないが、「最初の黒字化」を説明変数とする分析にて「実態に即したビジネスプラン」をコントロール変数として組み入れられている。

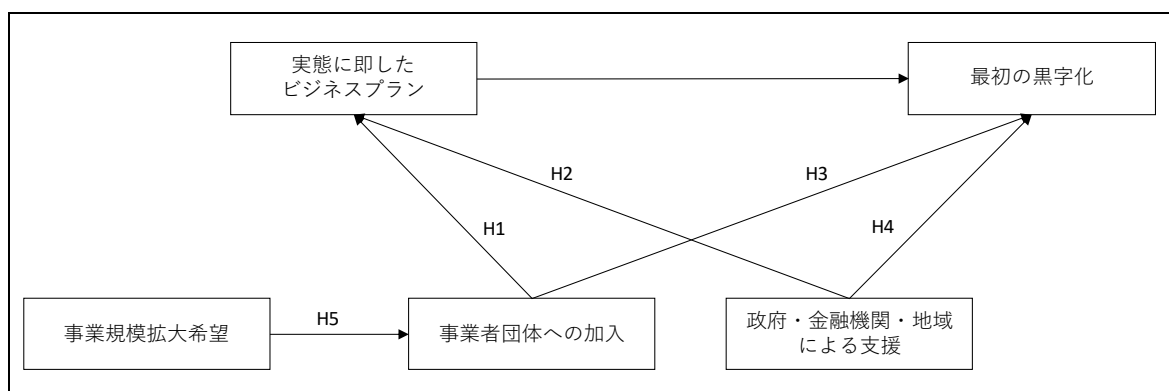


図 5-1 第 5 章の仮説群

第2節 分析手法

2-1 データと分析手法

本章の実証分析では、第2章で記載した PSED II のデータを用いた。そのうち今回の分析で用いたのは、6期にわたるパネルデータである。ただし本章の実証分析では、「実態に即したビジネスプラン」および「最初の黒字化」の達成に至る過程について把握することを目的としているため、1期において既にこれらを達成している新興起業については分析の対象外とした。

分析手法としては、仮説1および2では「実態に即したビジネスプラン」、仮説3および4では「最初の黒字化」、仮説5では「事業者団体への加入」を従属変数とする、離散時間ロジットモデルによるロジスティック回帰分析を行った。この手法は離散時間のイベントヒストリーを解析する手法として優れており、従属変数に「実態に即したビジネスプラン」や「最初の黒字化」の達成の有無をダミー変数として時系列で観察しようとする今回の分析方針に最も適している。

2-2 従属変数

本章の実証分析では、仮説に対応してそれぞれ3種類の従属変数を用いている。仮説1および仮説2では、社会関係資本が「実態に即したビジネスプラン」の獲得に及ぼす影響について検証している。「実態に即したビジネスプラン」については、PSED II ではインタビュー時点でのビジネスプランが当該ビジネスの状況に適合しているか (correct) を聴取している。本分析では、この質問に対して、「はい」と回答した場合を1、それ以外を0とするダミー変数を生成した。

仮説3および4では、社会関係資本が「最初の黒字化」の達成に及ぼす影響について検証している。PSED II では、月次収益が月次費用を初めて超えた年月を聴取している。この回答結果を用いて本分析では、インタビュー時点において最初の黒字化を達成しているかどうかに関するダミー変数を生成した。

仮説5では、社会関係資本の獲得に向けた取組みとして、「事業者団体への加入」を用いている。本章の実証分析では社会関係資本の中でも橋渡し型社会関係資本に着目しているが、PSED のデータを用いて社会関係資本に関する実証分析を行った Davidsson and Honig (2003) に従って、橋渡し型社会資本として「事業者団体への

加入」を従属変数とした。PSED II では、事業者団体への加入について「加入している」、「加入していないが、将来的に加入するつもりである」、「加入していない、関連性がない」といった 3 つの選択肢で聴取している。ここでは「加入している」と回答した場合を 1、その他の場合を 0 とするダミー変数として分析に用いた。

2-3 独立変数

本章の実証分析では、社会関係資本のうち橋渡し型社会関係資本の影響に着目している。具体的には、「事業者団体への加入」と「政府・金融機関・地域からの支援」の 2 つの独立変数を分析に用いている。なお、「事業者団体への加入」については、仮説 1 および仮説 5 において従属変数として用いた変数と同じ変数を、仮説 3 において独立変数として用いている。「政府・金融機関・地域からの支援」については、PSED II では新興起業家の地域に関して表 5-1 の各項目の有無に関する新興起業家の認識を、「強く賛成する」、「賛成する」、「どちらでもない」、「反対する」、「強く反対する」の 5 段階で聴取している。変数化にあたっては、「州および地方政府による支援」、「金融機関による支援」、「地域による支援」に対する回答をそれぞれ、「強く賛成する」から順に、1 点、2 点、3 点、4 点、5 点として得点化し各項目の合計点を算出した上で、変数の向きを統一させるため符号を逆転し、「政府・金融機関・地域からの支援」とした。

なお先行研究では、内部結束型の社会関係資本と考えられる、「起業でリスクをとることへの奨励」、「起業した知人の多さ」、「起業した親族の多さ」については、起業の意思決定や創業活動の進展に対して効果をもつことが指摘されているため、以下の分析においてはコントロール変数として取り入れた。なお、「起業した知人の多さ」と「起業した親族の多さ」については、「政府・金融機関・地域による支援」と同じく、統合して「起業した知人や親族の多さ」とした。

表 5-1 地域資源に関する項目

- ・ 個人的な努力による成功への理解
- ・ 自己効力感や主体性の強調
- ・ 起業でリスクをとることの奨励
- ・ 創造やイノベーションの奨励
- ・ 自己の生活に対する自己責任の強調
- ・ 個人事業や事業開始の奨励
- ・ 州および地方政府による支援
- ・ 金融機関による支援
- ・ 地域による支援
- ・ 起業した知人の多さ
- ・ 起業した親族の多さ
- ・ 地域コミュニティにおけるリーダーの起業状況

また仮説 5 では、新興起業家による社会関係資本の獲得に影響を与える要因として事業規模拡大に対する意向に着目している。PSED II では、将来的な事業規模拡大に対する意向について、「可能な限り事業規模を拡大したい」「自身および主要な雇用者で運用できる範囲の事業規模を望む」といった 2 つの選択肢で聴取している。「可能な限り事業規模を拡大したい」場合を 1、「自身および主要な雇用者で運用できる範囲の事業規模を望む」場合を 0 とするダミー変数として、「事業規模拡大希望ダミー」を組成した。

2-4 コントロール変数

本章の実証分析では、PSED II で使用可能なコントロール変数として、産業区分、従業員数、創業者の基本特性、起業決断のタイプ、リーマンショックの影響を緩和した。

新興起業の業績は産業によって異なることが指摘されており (Bracker and Pearson, 1986; Rue, 1973; Wood and LaForge, 1979)、創業活動の進展にも影響がある可能性が考えられるため、新興起業が属する産業についての回答をもとに、「小売業ダミー」と「金融・保険ダミー」を追加した。また新興起業の創業過程について、ハイテク企業とそれ以外の企業との相違が指摘されており (Liao and Welsch, 2008)、回答者が自身の新興起業をハイテク企業であると回答したか否かによる「ハイテクダミー」を追加した。さらに事業規模の影響を緩和するために、組織規模を代理する

「従業員数」を追加した。

本章の実証分析では、統制すべきその他の TMT の特性として「創業者平均年齢」、「1 人又は夫婦経営ダミー」、「起業決断のタイプ」の変数を用意した。「創業者平均年齢」は、事業に参画する創業者の平均年齢である。「1 人又は夫婦経営ダミー」は、1 人あるいは夫婦もしくは同居しているカップルで経営している場合に 1、そうでない場合に 0 とするダミー変数である。

最後に、PSED II ならではの注意点としてリーマンショックの影響を忘れてはならない。2005 年から 2011 年までの調査期間中に深刻な金融危機が発生しており、新興起業のビジネス環境にも重要な影響があったと考えられる。そこでリーマンショックが発生した 2008 年 9 月 15 日以降のデータを 1 とする「リーマンショック後ダミー」を本研究では追加した。

なお、離散時間ロジットモデルでは Duration ダミー変数が必要であるため、インタビュー時点での創業月数をもとに Duration ダミー変数を作成した。Duration ダミー変数は 12 ヶ月単位とし、例えば Duration1 は創業 1-12 ヶ月の時に 1、それ以外の時に 0 とし、Duration2 は創業 13-24 ヶ月の時に 1、それ以外の時に 0 とした。創業月数は、インタビュー年月から創業を考え始めた年月を差し引いて算出した。また、本研究で用いるデータは創業から 26 年間の企業を対象としており、Duration1 から Duration26 まで存在するが、Duration1 をベースとして Duration2 から Duration26 までのダミー変数を用いて期間的影響を緩和する分析を行った。

第 3 節 分析結果と考察

仮説 1 および仮説 2 を検証した結果については、表 5-2 および表 5-3 に示した通りである。表 5-2 は、分析において用いた変数の基本統計量と相関表である。各変数間の相関関係をみると、「古い技術利用ダミー（5 年以上前）」と「マーケティングプロモーション重要度」の 0.65 が最大であった。VIF は最大で 3.00 であり、閾値である 10 以下であるため（Belstey et al., 1980）、多重共線性の問題はないと判断した。

表 5-3 のモデル I はコントロール変数のみを組み込んだベースモデル、モデル II は仮説 1 および仮説 2 の独立変数を追加したフルモデルである。両モデルの説明力を比較すると、対数尤度と BIC とともに、モデル II の方がそれぞれの絶対値が小さく、モデ

ルⅡの説明力が高い結果となった。

仮説 1 で着目した「事業者団体への加入」については、「実態に即したビジネスプラン」の獲得に対して、5%水準で統計的に有意な正の関係が確認された ($\beta=0.52$, $p<0.05$)。そのため、仮説 1「事業者団体に加入している新興起業ほど、実態に即したビジネスプランを持つ状態に至りやすい」は支持された。また、仮説 2 で着目した「政府・金融機関・地域による支援」についても、同じく 5%水準で統計的に有意な正の関係が確認された ($\beta=0.21$, $p<0.05$)。そのため、仮説 2「州および地方政府・金融機関・地域からの支援が充実している新興起業ほど、実態に即したビジネスプランを持つ状態に至りやすい」は支持された。

この分析結果から、「起業機会の深耕」の結果とみなすことができる「実態に即したビジネスプラン」を有するに至るには、「事業者団体への加入」および「政府・金融機関・地域による支援」といった橋渡し型社会関係資本を持つことが重要である可能性が示唆された。このことは、Bosma et al. (2004) が示した情報収集の手段としての社会関係資本の重要性と一致する。橋渡し型社会関係資本を通じて各種情報へのアクセスが容易になることが、「起業機会の深耕」を行いやすくすることで「実態に即したビジネスプラン」得やすくなると推測される。

表 5-2 分析①の基本統計量と相関表

| 変数名 | Mean | S.D. | Min | Max | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
|----------------------|-------|-------|-----|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|-------|------|------|------|------|
| 1.建設業ダミー | 0.12 | 0.33 | 0 | 1 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.小売業ダミー | 0.17 | 0.37 | 0 | 1 | -0.17 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.金融・保険業ダミー | 0.02 | 0.15 | 0 | 1 | -0.06 | -0.07 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4.技術専門業ダミー | 0.11 | 0.32 | 0 | 1 | -0.14 | -0.15 | -0.06 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5.ハイテクダミー | 0.09 | 0.29 | 0 | 1 | -0.05 | -0.01 | 0.00 | 0.12 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6.古い技術利用ダミー(5年以上前) | 0.50 | 0.50 | 0 | 1 | -0.03 | -0.02 | 0.01 | 0.00 | 0.12 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7.パートタイマーの数 | 0.13 | 2.16 | 0 | 30 | 0.00 | 0.05 | -0.01 | 0.00 | -0.01 | 0.02 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8.正社員の数 | 0.13 | 1.89 | 0 | 80 | 0.05 | -0.01 | 0.06 | -0.01 | 0.05 | 0.06 | 0.08 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9.1人又は夫婦経営ダミー | 0.47 | 0.50 | 0 | 1 | -0.07 | 0.01 | 0.01 | 0.08 | 0.08 | 0.34 | -0.01 | -0.03 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10.フルタイムオーナー数 | 0.67 | 0.78 | 0 | 4 | 0.01 | -0.06 | -0.05 | 0.02 | -0.05 | -0.04 | 0.02 | 0.02 | -0.20 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 11.オーナー平均年齢 | 44.37 | 12.27 | 18 | 82 | -0.05 | -0.05 | -0.03 | 0.06 | 0.04 | 0.04 | -0.02 | 0.00 | 0.21 | -0.16 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 12.創業経験有り創業者数 | 0.60 | 0.73 | 0 | 5 | 0.02 | -0.06 | 0.01 | 0.04 | 0.06 | 0.11 | 0.00 | 0.05 | 0.05 | 0.03 | 0.23 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | |
| 13.同一業種経験有り創業者数 | 1.02 | 0.68 | 0 | 5 | 0.05 | -0.05 | 0.04 | 0.07 | 0.09 | 0.10 | 0.01 | 0.08 | 0.04 | 0.11 | 0.00 | 0.33 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | |
| 14.アドバイス・情報提供オーナー数 | 0.60 | 0.80 | 0 | 5 | 0.03 | -0.08 | 0.00 | -0.06 | 0.01 | -0.01 | 0.03 | 0.05 | -0.25 | 0.38 | -0.04 | 0.23 | 0.28 | 1.00 | | | | | | | | | | | | |
| 15.マーケティングプロモーション重要度 | 2.00 | 1.72 | 0 | 4 | -0.04 | 0.02 | 0.04 | 0.03 | 0.15 | 0.65 | 0.03 | 0.07 | 0.30 | -0.02 | -0.02 | 0.14 | 0.15 | 0.04 | 1.00 | | | | | | | | | | | |
| 16.早期サービス提供重要度 | 1.41 | 1.60 | 0 | 4 | -0.03 | 0.04 | 0.01 | 0.02 | 0.14 | 0.46 | 0.03 | 0.04 | 0.21 | -0.03 | -0.03 | 0.10 | 0.13 | 0.02 | 0.72 | 1.00 | | | | | | | | | | |
| 17.TMTの多様性 | 0.10 | 0.22 | 0 | 1 | -0.01 | -0.05 | 0.00 | 0.03 | 0.07 | 0.15 | 0.00 | 0.06 | 0.08 | 0.19 | 0.03 | 0.32 | 0.37 | 0.39 | 0.20 | 0.14 | 1.00 | | | | | | | | | |
| 18.リーマンショック後ダミー | 0.28 | 0.45 | 0 | 1 | 0.03 | 0.00 | -0.02 | -0.02 | 0.08 | -0.32 | -0.03 | -0.04 | -0.27 | -0.01 | 0.04 | -0.12 | -0.12 | -0.04 | -0.38 | -0.30 | -0.18 | 1.00 | | | | | | | | |
| 19.財務計画の策定 | 0.32 | 0.47 | 0 | 1 | -0.03 | -0.12 | 0.05 | 0.05 | 0.06 | 0.08 | 0.05 | 0.08 | 0.04 | -0.01 | 0.03 | 0.21 | 0.14 | 0.13 | 0.10 | 0.04 | 0.13 | -0.06 | 1.00 | | | | | | | |
| 20.外部の会計専門家の活用ダミー | 0.09 | 0.28 | 0 | 1 | -0.01 | -0.02 | 0.04 | 0.05 | 0.04 | 0.07 | 0.02 | 0.02 | 0.16 | 0.00 | 0.03 | 0.08 | 0.08 | 0.02 | 0.10 | 0.08 | 0.11 | -0.11 | 0.07 | 1.00 | | | | | | |
| 21.他のキャリア選択肢ダミー | 0.80 | 0.40 | 0 | 1 | -0.07 | 0.01 | 0.01 | 0.05 | 0.00 | 0.02 | 0.02 | 0.01 | -0.02 | 0.15 | -0.03 | 0.08 | 0.05 | 0.10 | 0.05 | 0.04 | 0.07 | -0.01 | 0.12 | 0.02 | 1.00 | | | | | |
| 22.事業規模拡大希望ダミー | 0.10 | 0.30 | 0 | 1 | -0.05 | -0.01 | -0.01 | 0.05 | 0.00 | 0.04 | 0.00 | 0.00 | 0.07 | 0.02 | -0.04 | 0.08 | 0.04 | 0.01 | 0.08 | 0.08 | 0.13 | -0.13 | 0.05 | 0.07 | 0.06 | 1.00 | | | | |
| 23.起業でリスクをとることへの奨励 | -2.40 | 1.07 | -5 | -1 | -0.01 | 0.02 | 0.03 | 0.04 | 0.03 | 0.04 | 0.00 | 0.01 | 0.07 | -0.06 | 0.11 | 0.03 | 0.07 | 0.00 | 0.06 | 0.08 | 0.04 | -0.01 | -0.02 | 0.03 | 0.06 | 0.02 | 1.00 | | | |
| 24.起業した知人や親族の多さ | -3.06 | 0.93 | -5 | -1 | 0.01 | -0.06 | 0.04 | 0.02 | 0.03 | -0.02 | 0.04 | -0.01 | -0.04 | 0.03 | -0.01 | 0.09 | 0.11 | 0.07 | -0.01 | 0.03 | -0.02 | 0.04 | 0.04 | 0.01 | 0.09 | 0.03 | 0.15 | 1.00 | | |
| 25.事業者団体への加入 | 0.05 | 0.21 | 0 | 1 | -0.04 | -0.02 | 0.03 | 0.05 | 0.07 | 0.08 | 0.00 | 0.02 | 0.10 | -0.02 | 0.07 | 0.13 | 0.09 | 0.03 | 0.09 | 0.06 | 0.09 | -0.12 | 0.09 | 0.08 | 0.04 | 0.05 | 0.02 | 0.02 | 1.00 | |
| 26.政府・金融機関・地域による支援 | -2.86 | 0.82 | -5 | -1 | -0.11 | 0.02 | 0.03 | 0.04 | -0.01 | 0.00 | 0.02 | -0.03 | 0.01 | -0.05 | 0.11 | -0.05 | -0.01 | 0.06 | 0.01 | 0.04 | 0.02 | 0.01 | -0.04 | 0.02 | 0.03 | -0.02 | 0.36 | 0.15 | 0.01 | 1.00 |

データ件数:2025 企業件数:644 Duration ダミー変数は省略

表 5-3 分析①の結果

| 変数名 | 従属変数: 実態に即したビジネスプラン | | | |
|-------------------|---------------------|--------|-----------|--------|
| | モデル I | | モデル II | |
| 建設業ダミー | - 0.61*** | [0.18] | - 0.60*** | [0.23] |
| 小売業ダミー | 0.00 | [0.14] | 0.14 | [0.19] |
| 金融・保険業ダミー | 0.07 | [0.29] | 0.01 | [0.39] |
| 技術専門業ダミー | 0.07 | [0.16] | - 0.02 | [0.21] |
| ハイテクダミー | - 0.90*** | [0.21] | 0.49 | [0.31] |
| 古い技術利用ダミー(5年以上前) | - 0.16 | [0.12] | - 0.19 | [0.16] |
| パートタイマーの数 | 0.03 | [0.03] | 0.06 | [0.06] |
| 正社員の数 | 0.02 | [0.02] | 0.13** | [0.06] |
| 1人又は夫婦経営ダミー | 0.38*** | [0.12] | 1.20*** | [0.18] |
| フルタイムオーナー数 | 0.06 | [0.07] | 0.07 | [0.09] |
| オーナー平均年齢 | - 0.02*** | [0.00] | - 0.02*** | [0.01] |
| 創業経験有り創業者数 | 0.23*** | [0.08] | 0.25** | [0.10] |
| 同一業種経験有り創業者数 | 0.12 | [0.08] | 0.09 | [0.11] |
| アドバイス・情報提供オーナー数 | - 0.53*** | [0.10] | 0.30** | [0.15] |
| マーケティングプロモーション重要度 | 0.02 | [0.04] | 0.07 | [0.06] |
| 早期サービス提供重要度 | 0.01 | [0.04] | 0.04 | [0.05] |
| TMTの多様性 | 0.94*** | [0.28] | 0.21 | [0.35] |
| リーマンショック後ダミー | - 1.11*** | [0.16] | - 0.93*** | [0.23] |
| 財務計画の策定 | 1.16*** | [0.10] | 1.17*** | [0.18] |
| 外部の会計専門家の活用ダミー | 0.08 | [0.17] | 0.15 | [0.22] |
| 他のキャリア選択肢ダミー | - 0.38*** | [0.12] | - 0.44*** | [0.16] |
| 事業規模拡大希望ダミー | 0.14 | [0.16] | 1.04*** | [0.23] |
| 起業でリスクをとることへの奨励 | 0.19*** | [0.05] | 0.11 | [0.07] |
| 起業した知人や親族の多さ | 0.23*** | [0.05] | 0.12* | [0.07] |
| 事業者団体への加入 | | | 0.52** | [0.26] |
| 政府・金融機関・地域による支援 | | | 0.21** | [0.08] |
| Observations | 2320 | | 2320 | |
| 企業数 | 931 | | 931 | |
| Log likelihood | - 1304.17 | | - 1000.71 | |
| BIC | 2907.45 | | 2303.64 | |

* $P < .10$ ** $P < .05$ *** $P < .01$ []内は標準誤差 Duration ダミー変数は省略

次いで、仮説 3 および仮説 4 を検証した結果は、表 5-4 および表 5-5 のとおりである。表 5-4 は、分析において用いた変数の基本統計量と相関表である。各変数の相関係数をみると、古い技術利用ダミー（5 年以上前）」と「マーケティングプロモーション重要度」の 0.66 が最大であった。VIF は最大で 3.39 であり、閾値である 10 以下であるため（Belstey et al., 1980）、多重共線性の問題はないと判断した。

表 5-5 のモデル I はコントロール変数のみを組み込んだベースモデル、モデル II は仮説 3 および仮説 4 の独立変数を追加したフルモデルである。両モデルの説明力を比較すると、対数尤度と BIC とともにモデル II の値の絶対値が小さく、モデル II の説明力が高い結果となった。

仮説 3 で着目した「事業者団体への加入」については、「最初の黒字化」の達成に対して 5%水準で統計的に有意な正の関係が確認された ($\beta=0.76, p<0.05$)。そのため、仮説 3「事業者団体に加入している新興起業ほど、最初の黒字化に至りやすい」は支持された。また、仮説 4 で着目した「政府・金融機関・地域による支援」についても、同じく 1%水準で統計的に有意な正の関係が確認された ($\beta=0.33, p<0.01$)。そのため、仮説 4「政府・金融機関・地域による支援が充実している新興起業ほど、最初の黒字化に至りやすい」は支持された。

これらの結果は、これらの橋渡し型社会関係資本によって創業活動の進展に必要な各種情報へのアクセスを容易にすることは、仮説 1 および仮説 2 で示された通り「実態に即したビジネスプラン」の獲得に効果をもつだけでなく、Davidsson and Honig (2003) や Bosma et al. (2004) の研究結果に整合して、「起業の結果」としての「最初の黒字化」の達成にも効果を持つ可能性が示された。

表 5-4 分析②の基本統計量と相関表

| 変数名 | Mean | S.D. | Min | Max | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 |
|----------------------|-------|-------|-----|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|-------|------|------|------|------|------|
| 1.建設業ダミー | 0.11 | 0.32 | 0 | 1 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.小売業ダミー | 0.18 | 0.38 | 0 | 1 | -0.17 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.金融・保険業ダミー | 0.02 | 0.15 | 0 | 1 | -0.06 | -0.07 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4.技術専門業ダミー | 0.10 | 0.30 | 0 | 1 | -0.12 | -0.15 | -0.05 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5.ハイテクダミー | 0.09 | 0.29 | 0 | 1 | -0.04 | 0.00 | -0.02 | 0.01 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6.古い技術利用ダミー(5年以上前) | 0.50 | 0.50 | 0 | 1 | -0.02 | -0.05 | -0.01 | 0.01 | 0.06 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7.パートタイマーの数 | 0.08 | 0.92 | 0 | 30 | 0.01 | 0.02 | 0.00 | -0.04 | -0.01 | 0.02 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8.正社員の数 | 0.13 | 2.06 | 0 | 80 | 0.03 | -0.04 | 0.17 | -0.03 | -0.01 | 0.05 | 0.26 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9.1人又は夫婦経営ダミー | 0.46 | 0.50 | 0 | 1 | -0.02 | -0.04 | -0.02 | 0.05 | 0.04 | 0.34 | 0.02 | -0.04 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10.フルタイムオーナー数 | 0.71 | 0.81 | 0 | 4 | 0.04 | -0.06 | -0.05 | 0.06 | -0.01 | 0.00 | 0.03 | 0.05 | -0.18 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 11.オーナー平均年齢 | 44.11 | 12.38 | 18 | 82 | -0.02 | -0.09 | -0.02 | 0.05 | -0.01 | 0.03 | 0.02 | -0.01 | 0.18 | -0.17 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 12.創業経験有り創業者数 | 0.60 | 0.73 | 0 | 4 | 0.02 | -0.09 | 0.03 | 0.05 | -0.02 | 0.11 | 0.10 | 0.08 | 0.14 | 0.02 | 0.27 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 13.同一業種経験有り創業者数 | 1.00 | 0.70 | 0 | 5 | 0.07 | -0.08 | 0.06 | 0.05 | -0.02 | 0.10 | 0.03 | 0.13 | 0.06 | 0.11 | -0.02 | 0.31 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | |
| 14.アドバイス・情報提供オーナー数 | 0.64 | 0.86 | 0 | 5 | 0.02 | -0.08 | -0.02 | -0.05 | -0.03 | 0.01 | 0.02 | 0.07 | -0.22 | 0.39 | -0.04 | 0.21 | 0.23 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | |
| 15.マーケティングプロモーション重要度 | 2.05 | 1.73 | 0 | 4 | -0.05 | -0.02 | 0.04 | 0.03 | 0.11 | 0.66 | 0.03 | 0.05 | 0.32 | 0.00 | -0.03 | 0.15 | 0.16 | 0.03 | 1.00 | | | | | | | | | | | | |
| 16.早期サービス提供重要度 | 1.47 | 1.62 | 0 | 4 | -0.03 | 0.00 | 0.01 | 0.04 | 0.14 | 0.49 | 0.03 | 0.05 | 0.23 | -0.02 | -0.03 | 0.09 | 0.11 | 0.01 | 0.75 | 1.00 | | | | | | | | | | | |
| 17.TMTの多様性 | 0.11 | 0.23 | 0 | 1 | 0.00 | -0.09 | -0.02 | 0.05 | 0.04 | 0.15 | 0.05 | 0.11 | 0.09 | 0.21 | 0.04 | 0.33 | 0.36 | 0.34 | 0.17 | 0.12 | 1.00 | | | | | | | | | | |
| 18.リーマンショック後ダミー | 0.22 | 0.42 | 0 | 1 | 0.02 | 0.04 | -0.02 | -0.06 | 0.05 | -0.42 | -0.04 | -0.03 | -0.34 | 0.01 | 0.03 | -0.16 | -0.12 | -0.02 | -0.48 | -0.38 | -0.16 | 1.00 | | | | | | | | | |
| 19.財務計画の策定 | 0.27 | 0.44 | 0 | 1 | 0.00 | -0.11 | -0.02 | -0.03 | -0.04 | 0.08 | 0.04 | 0.08 | 0.05 | 0.02 | 0.06 | 0.24 | 0.07 | 0.09 | 0.07 | 0.03 | 0.13 | -0.06 | 1.00 | | | | | | | | |
| 20.外部の会計専門家の活用ダミー | 0.09 | 0.28 | 0 | 1 | 0.01 | -0.04 | 0.02 | 0.05 | 0.03 | 0.07 | 0.03 | 0.06 | 0.17 | 0.01 | 0.05 | 0.13 | 0.13 | 0.04 | 0.09 | 0.07 | 0.14 | -0.14 | 0.10 | 1.00 | | | | | | | |
| 21.他のキャリア選択肢ダミー | 0.80 | 0.40 | 0 | 1 | -0.08 | -0.01 | -0.03 | 0.08 | -0.02 | 0.01 | 0.00 | -0.01 | 0.00 | 0.15 | 0.00 | 0.06 | 0.01 | 0.06 | 0.05 | 0.04 | 0.07 | 0.00 | 0.10 | 0.00 | 1.00 | | | | | | |
| 22.事業規模拡大希望ダミー | 0.12 | 0.32 | 0 | 1 | -0.05 | -0.04 | -0.04 | 0.06 | 0.09 | 0.08 | 0.03 | 0.01 | 0.08 | 0.00 | -0.02 | 0.12 | 0.05 | -0.01 | 0.12 | 0.12 | 0.15 | -0.11 | 0.07 | 0.12 | 0.10 | 1.00 | | | | | |
| 23.実態に即したビジネスプラン | 0.14 | 0.34 | 0 | 1 | -0.06 | -0.02 | -0.02 | 0.07 | 0.05 | 0.21 | 0.09 | 0.10 | 0.30 | 0.02 | 0.05 | 0.22 | 0.14 | 0.08 | 0.24 | 0.19 | 0.18 | -0.24 | 0.24 | 0.16 | 0.03 | 0.21 | 1.00 | | | | |
| 24.起業でリスクをとることへの奨励 | -2.42 | 1.10 | -5 | -1 | 0.00 | 0.05 | 0.04 | 0.04 | 0.02 | 0.04 | -0.01 | 0.04 | 0.08 | -0.07 | 0.08 | 0.06 | 0.09 | 0.00 | 0.08 | 0.10 | 0.07 | -0.05 | 0.00 | 0.04 | 0.07 | 0.07 | 0.07 | 1.00 | | | |
| 25.起業した知人や親族の多さ | -3.07 | 0.94 | -5 | -1 | 0.03 | -0.08 | 0.07 | -0.01 | 0.01 | -0.04 | -0.02 | 0.01 | -0.03 | 0.06 | 0.03 | 0.09 | 0.12 | 0.11 | -0.01 | 0.02 | -0.03 | 0.02 | 0.02 | 0.01 | 0.10 | 0.06 | 0.00 | 0.11 | 1.00 | | |
| 26.事業者団体への加入 | 0.05 | 0.21 | 0 | 1 | -0.02 | -0.03 | 0.04 | 0.04 | 0.04 | 0.06 | 0.02 | 0.04 | 0.11 | -0.03 | 0.07 | 0.15 | 0.09 | 0.04 | 0.08 | 0.04 | 0.10 | -0.12 | 0.07 | 0.12 | 0.06 | 0.05 | 0.16 | 0.03 | 0.01 | 1.00 | |
| 27.政府・金融機関・地域による支援 | -2.82 | 0.82 | -5 | -1 | -0.09 | 0.00 | 0.04 | 0.07 | 0.01 | -0.01 | -0.01 | 0.01 | -0.02 | -0.08 | 0.09 | -0.08 | 0.01 | 0.07 | 0.00 | 0.06 | 0.01 | -0.01 | -0.04 | 0.02 | 0.05 | -0.01 | 0.00 | 0.36 | 0.17 | 0.02 | 1.00 |

データ件数: 2025 企業件数: 644 Durationダミー変数は省略

表 5-5 分析②の結果

| 変数名 | 従属変数: 最初の黒字化 | | | |
|-------------------|--------------|--------|-----------|--------|
| | モデル I | | モデル II | |
| 建設業ダミー | - 0.42 | [0.29] | - 0.47 | [0.33] |
| 小売業ダミー | - 0.63** | [0.25] | - 0.66** | [0.29] |
| 金融・保険業ダミー | 0.60 | [0.45] | 0.82 | [0.54] |
| 技術専門業ダミー | - 0.09 | [0.25] | - 0.15 | [0.28] |
| ハイテクダミー | 0.23 | [0.29] | 1.90*** | [0.39] |
| 古い技術利用ダミー(5年以上前) | 0.38* | [0.21] | 0.53** | [0.23] |
| パートタイマーの数 | 0.10 | [0.06] | 0.40** | [0.16] |
| 正社員の数 | - 0.09 | [0.03] | 0.04 | [0.04] |
| 1人又は夫婦経営ダミー | 0.35* | [0.19] | 1.13*** | [0.25] |
| フルタイムオーナー数 | 0.05 | [0.12] | 0.00 | [0.13] |
| オーナー平均年齢 | - 0.04*** | [0.01] | - 0.04*** | [0.01] |
| 創業経験有り創業者数 | 0.26** | [0.12] | 0.33** | [0.16] |
| 同一業種経験有り創業者数 | 0.02 | [0.12] | - 0.03 | [0.13] |
| アドバイス・情報提供オーナー数 | - 0.40** | [0.15] | 0.22 | [0.20] |
| マーケティングプロモーション重要度 | - 0.08 | [0.07] | - 0.06 | [0.09] |
| 早期サービス提供重要度 | 0.06 | [0.07] | 0.10 | [0.08] |
| TMTの多様性 | - 0.02 | [0.45] | - 0.17 | [0.49] |
| リーマンショック後ダミー | - 0.25 | [0.24] | - 0.36 | [0.32] |
| 財務計画の策定 | 0.22 | [0.18] | 0.21 | [0.20] |
| 外部の会計専門家の活用ダミー | 0.64*** | [0.24] | 0.89*** | [0.28] |
| 他のキャリア選択肢ダミー | - 0.23 | [0.19] | - 0.11 | [0.23] |
| 事業規模拡大希望ダミー | - 0.63** | [0.26] | - 0.50 | [0.31] |
| 実態に即したビジネスプラン | 1.56*** | [0.18] | 0.60*** | [0.22] |
| 起業でリスクをとることへの奨励 | 0.36*** | [0.08] | 0.25** | [0.10] |
| 起業した知人や親族の多さ | 0.20*** | [0.08] | 0.10 | [0.09] |
| 事業者団体への加入 | | | 0.76** | [0.34] |
| 政府・金融機関・地域による支援 | | | 0.33*** | [0.12] |
| Observations | 2025 | | 2025 | |
| 企業数 | 644 | | 644 | |
| Log likelihood | - 586.39 | | - 476.62 | |
| BIC | 1468.19 | | 1250.15 | |

* $P < .10$ ** $P < .05$ *** $P < .01$ []内は標準誤差 Duration ダミー変数は省略

最後に、仮説 5 を検証した結果は表 5-6 および表 5-7 のとおりである。表 5-6 は、分析において用いた変数の基本統計量と相関表である。各変数の相関係数をみると、古い技術利用ダミー（5 年以上前）」と「マーケティングプロモーション重要度」の 0.61 が最大であった。VIF は最大で 2.86 であり、閾値である 10 以下であるため（Belstey et al., 1980）、多重共線性の問題はないと判断した。

表 5-7 のモデル I はコントロール変数のみを組み込んだベースモデル、モデル II は仮説 5 の独立変数を追加したフルモデルである。両モデルの説明力を比較すると、対数尤度と BIC とともに、モデル II の値の絶対値が小さく、モデル II の説明力が高い結果となった。

「事業規模拡大希望ダミー」については、「事業者団体への加入」に対して 1%水準で統計的に有意な正の関係が確認された ($\beta=0.60, p<0.01$)。そのため、仮説 5「事業規模拡大を希望する新興起業ほど、事業者団体に加入している」は支持された。この結果から、将来的な事業規模の拡大を希望する場合には、社会関係資本の重要性が新興起業家によってより認識され、それに応じて社会関係資本の構築に向けた活動がなされると考えられる。

表 5-6 分析③の基本統計量と相関表

| 変数名 | Mean | S.D. | Min | Max | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 |
|----------------------|-------|-------|-----|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|------|------|
| 1.建設業ダミー | 0.11 | 0.31 | 0 | 1 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.小売業ダミー | 0.17 | 0.38 | 0 | 1 | -0.16 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.金融・保険業ダミー | 0.02 | 0.14 | 0 | 1 | -0.05 | -0.07 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4.技術専門業ダミー | 0.11 | 0.31 | 0 | 1 | -0.12 | -0.16 | -0.05 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5.ハイテクダミー | 0.09 | 0.29 | 0 | 1 | -0.05 | -0.03 | -0.02 | 0.09 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6.古い技術利用ダミー(5年以上前) | 0.44 | 0.50 | 0 | 1 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | -0.05 | 0.06 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7.パートタイマーの数 | 0.07 | 0.84 | 0 | 30 | -0.01 | -0.01 | 0.00 | 0.01 | 0.04 | 0.02 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8.正社員の数 | 0.13 | 2.05 | 0 | 80 | 0.00 | -0.03 | 0.02 | 0.06 | 0.08 | 0.01 | 0.50 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | |
| 9.1人又は夫婦経営ダミー | 0.45 | 0.50 | 0 | 1 | -0.03 | 0.02 | -0.02 | 0.00 | 0.12 | 0.33 | -0.01 | -0.04 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | |
| 10.フルタイムオーナー数 | 0.70 | 0.81 | 0 | 4 | 0.05 | -0.06 | -0.04 | 0.06 | 0.00 | 0.00 | -0.03 | -0.01 | -0.19 | 1.00 | | | | | | | | | | | | |
| 11.オーナー平均年齢 | 45.12 | 12.44 | 18 | 83 | -0.05 | -0.06 | -0.02 | 0.05 | -0.01 | -0.03 | 0.01 | -0.02 | 0.12 | -0.17 | 1.00 | | | | | | | | | | | |
| 12.創業経験有り創業者数 | 0.61 | 0.73 | 0 | 4 | -0.01 | -0.06 | 0.01 | 0.06 | 0.05 | 0.06 | 0.04 | 0.06 | 0.01 | 0.01 | 0.24 | 1.00 | | | | | | | | | | |
| 13.同一業種経験有り創業者数 | 1.01 | 0.75 | 0 | 10 | 0.05 | -0.09 | 0.03 | 0.04 | 0.05 | 0.08 | 0.06 | 0.07 | -0.02 | 0.18 | -0.01 | 0.28 | 1.00 | | | | | | | | | |
| 14.アドバイス・情報提供オーナー数 | 0.62 | 0.82 | 0 | 9 | -0.01 | -0.06 | 0.01 | 0.01 | 0.11 | 0.07 | 0.06 | 0.08 | -0.26 | 0.39 | -0.04 | 0.32 | 0.40 | 1.00 | | | | | | | | |
| 15.マーケティングプロモーション重要度 | 1.84 | 1.75 | 0 | 4 | -0.04 | 0.02 | 0.03 | 0.00 | 0.24 | 0.61 | 0.03 | 0.02 | 0.33 | 0.00 | -0.06 | 0.13 | 0.14 | 0.12 | 1.00 | | | | | | | |
| 16.早期サービス提供重要度 | 1.33 | 1.60 | 0 | 4 | -0.02 | 0.04 | 0.00 | 0.01 | 0.27 | 0.43 | 0.03 | 0.02 | 0.25 | -0.02 | -0.06 | 0.09 | 0.11 | 0.08 | 0.71 | 1.00 | | | | | | |
| 17.TMTの多様性 | 0.11 | 0.22 | 0 | 1 | 0.00 | -0.06 | -0.03 | 0.04 | 0.08 | 0.13 | 0.02 | 0.07 | -0.03 | 0.24 | 0.00 | 0.35 | 0.38 | 0.54 | 0.18 | 0.14 | 1.00 | | | | | |
| 18.リーマンショック後ダミー | 0.33 | 0.47 | 0 | 1 | 0.01 | -0.01 | -0.01 | 0.01 | -0.08 | -0.40 | -0.05 | -0.03 | -0.33 | -0.02 | 0.10 | -0.12 | -0.09 | -0.12 | -0.44 | -0.34 | -0.17 | 1.00 | | | | |
| 19.財務計画の策定 | 0.33 | 0.47 | 0 | 1 | -0.03 | -0.09 | -0.03 | 0.04 | -0.03 | -0.04 | 0.04 | 0.04 | -0.04 | 0.03 | 0.13 | 0.21 | 0.06 | 0.08 | -0.04 | -0.05 | 0.10 | 0.09 | 1.00 | | | |
| 20.外部の会計専門家の活用ダミー | 0.08 | 0.27 | 0 | 1 | 0.02 | -0.03 | 0.00 | 0.02 | 0.04 | 0.11 | 0.12 | 0.10 | 0.10 | 0.02 | 0.02 | 0.14 | 0.11 | 0.13 | 0.12 | 0.09 | 0.11 | -0.16 | 0.08 | 1.00 | | |
| 21.他のキャリア選択肢ダミー | 0.79 | 0.41 | 0 | 1 | -0.09 | 0.01 | -0.04 | 0.06 | 0.01 | 0.00 | 0.02 | 0.02 | 0.00 | 0.15 | 0.00 | 0.03 | 0.03 | 0.06 | 0.04 | 0.02 | 0.06 | -0.01 | 0.06 | 0.02 | 1.00 | |
| 22.事業規模拡大希望ダミー | 0.12 | 0.32 | 0 | 1 | -0.03 | 0.01 | 0.00 | 0.03 | 0.16 | 0.10 | 0.08 | 0.07 | 0.05 | -0.02 | -0.06 | 0.13 | 0.03 | 0.09 | 0.18 | 0.18 | 0.15 | -0.11 | 0.06 | 0.10 | 0.08 | 1.00 |

データ件数: 2933 企業件数: 845 Duration ダミー変数は省略

表 5-7 分析③の結果

| 変数名 | 従属変数: 事業者団体への加入 | | | |
|-------------------|-----------------|--------|-----------|--------|
| | モデル I | | モデル II | |
| 建設業ダミー | - 0.65 | [0.30] | - 0.66 | [0.30] |
| 小売業ダミー | - 0.48** | [0.23] | - 0.51 | [0.23] |
| 金融・保険業ダミー | 0.24 | [0.58] | 0.22 | [0.58] |
| 技術専門業ダミー | 0.84*** | [0.27] | 0.82*** | [0.27] |
| ハイテクダミー | 0.62*** | [0.20] | 0.57*** | [0.20] |
| 古い技術利用ダミー(5年以上前) | - 0.37** | [0.16] | - 0.37 | [0.16] |
| パートタイマーの数 | 0.14 | [0.07] | 0.00 | [0.07] |
| 正社員の数 | 0.31 | [0.03] | 0.03 | [0.03] |
| 1人又は夫婦経営ダミー | 1.53*** | [0.18] | 1.51*** | [0.18] |
| フルタイムオーナー数 | - 0.24** | [0.11] | - 0.22* | [0.11] |
| オーナー平均年齢 | - 0.04*** | [0.00] | - 0.04*** | [0.00] |
| 創業経験有り創業者数 | 0.48*** | [0.12] | 0.45*** | [0.12] |
| 同一業種経験有り創業者数 | 0.00 | [0.10] | 0.01 | [0.10] |
| アドバイス・情報提供オーナー数 | 0.16 | [0.11] | 0.15 | [0.11] |
| マーケティングプロモーション重要度 | 0.13** | [0.05] | 0.12*** | [0.05] |
| 早期サービス提供重要度 | 0.08 | [0.05] | 0.07 | [0.05] |
| TMTの多様性 | 0.72 | [0.39] | 0.66* | [0.39] |
| リーマンショック後ダミー | - 0.68*** | [0.18] | - 0.67*** | [0.18] |
| 財務計画の策定 | 0.15 | [0.17] | 0.13 | [0.17] |
| 外部の会計専門家の活用ダミー | 0.75*** | [0.20] | 0.72*** | [0.20] |
| 他のキャリア選択肢ダミー | - 0.38* | [0.20] | - 0.44** | [0.20] |
| 事業規模拡大希望ダミー | | | 0.60*** | [0.19] |
| Observations | 2933 | | 2933 | |
| 企業数 | 845 | | 845 | |
| Log likelihood | - 1431.60 | | - 1426.53 | |
| BIC | 3135.32 | | 3133.21 | |

* $P < .10$ ** $P < .05$ *** $P < .01$ []内は標準誤差 Duration ダミー変数は省略

第4節 結論と課題

第3章および第4章の実証分析では、新興起業家およびTMTが持つ資本に着目して、「起業機会の深耕」との関連で重要なマイル・ストーンへの到達に向けた成功要因について分析した。しかし、Yusuf（2012）が指摘するように、新興起業家やTMTにおいて必要な資本を獲得できない場合には、非公式支援もしくは公式支援として、外部からそれらの資本を補完している。そこで本章では、新興起業家が持つ社会関係資本の活用およびTMT以外の資本の活用に焦点をあて、その実態を把握することを目的とした実証分析を行った。

本章の実証分析の結果から、橋渡し型社会関係資本を有することは「実態に即したビジネスプラン」および「最初の黒字化」の達成可能性を高める上で重要であることが明らかになった。また新興起業家は自ら選択的に社会関係資本を獲得しようとする 것도想定されるが、事業規模の拡大を希望する新興起業家ほど社会関係資本を獲得しようとする可能性が示唆された。本章で明らかになった関係は、図5-2のとおりである。

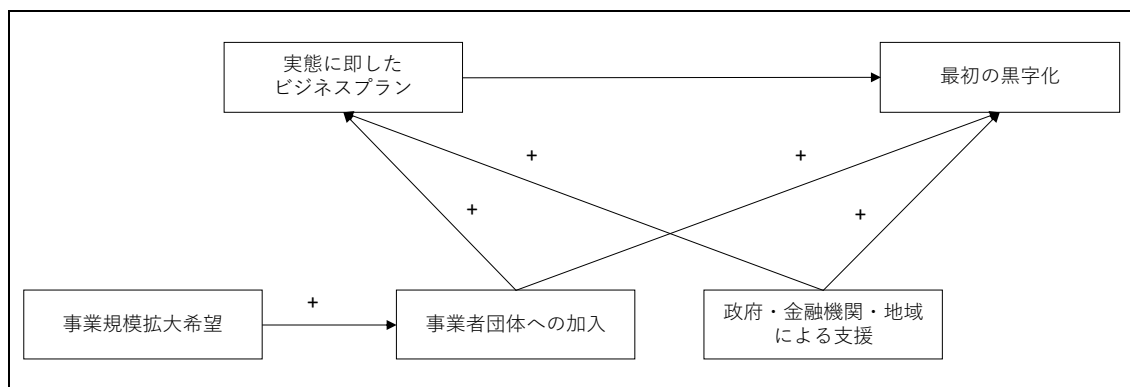


図5-2 第5章の分析結果

本章の実証分析の理論的貢献は大きく2点ある。まず一つ目は、橋渡し型社会関係資本について、「起業機会の深耕」の結果とみなすことができる「実態に即したビジネスプラン」と「起業の成果」としての「最初の黒字化」の双方に対する有意な効果を確認した点である。これは、創業活動の実施件数という量的な起業機会の深耕度合いに着目した、Davidsson and Honig（2003）の実証結果と整合するものであった。

二つ目の理論的貢献として、新興起業家の事業規模拡大に対する意向によって、社会関係資本の獲得に対する意向が異なる点を示した点があげられる。目標設定理論に整合

して、事業規模の拡大を望む新興起業家ほど「起業機会の深耕」や「起業の成果」に効果があるとされている事業者団体に加入していることが明らかになった。

また実務的貢献としても、「事業者団体への加入」と「州および地方政府・金融機関・地域による支援」といった 2 つの橋渡し型社会関係資本が持つ効果について確認した点に意義がある。新興起業家にとって事業者団体に加入することは、「起業機会の深耕」を促進するとともに、平均的な新興起業家にとってより重要と考えられる「最初の黒字化」に対して効果を持つことが確認された。また本章の実証分析では「州および地方政府による支援」、「金融機関による支援」、「地域による支援」を対象として、「起業機会の深耕」および「起業の成果」の双方に対してそれらが有効であることが示され、政策的にこれらを充実させることは新興起業の成功可能性を高める上で有効であることが示唆された。

しかしながら本章の実証分析では、データの制約のため限られた変数から橋渡し型社会関係資本を捉えている。そのため、本章の実証分析では把握しきれていない社会関係資本も存在しており、それらの影響は考慮できていない。これらの社会関係資本は、本章の実証分析結果とは異なる影響を持つとともに、本章の実証分析で対象とした社会関係資本を代替している可能性も残されている。

なお本章では、「起業機会の深耕」に対して効果を持つ内部結束型社会関係資本も存在するため (Davidsson and Honig, 2003)、実証分析ではコントロール変数として組み入れた。「起業でリスクをとることへの奨励」は「最初の黒字化」に対して、「起業した知人や親族の多さ」は「実態に即したビジネスプラン」に対して正の相関関係があるという結果が見られたが、強く一貫した結果は見られていない。

また本章では、新興起業家の事業規模拡大に対する意向が、社会関係資本の獲得に向けた行動に影響することを想定して仮説検証を実施したが、逆の因果関係が存在する場合も想定される。内部結束型社会関係資本として、自営業を営む両親や知人を持つことが起業志向に対して効果を持つことが実証されている (Davidsson and Honig, 2003; Delmar and Davidsson, 2000)。また Kim and Welsch (2003) は新興起業家の社会関係資本が事業の成長志向に対して効果を持つことを示している。そのため、橋渡し型社会関係資本を有し、その関係者から精神的支援や奨励を受けることで、事業規模の拡大に対する志向が高まるという可能性も想定される。

これらの他にも、本章の実証分析には多くの課題がある。新興起業家の社会関係資本の活用に関する今後の研究の発展に期待することとしたい。

終章 結論と課題

第1節 結論と限界

本節では、各章で明らかになった事項を改めて整理した上で、本研究の結論と限界をまとめる。

1-1 序章の要約（問題設定）

本研究は、平均的な新興起業家を想定したミクロ的研究を発展させることを企図している。なぜなら新興起業家の支援政策において、Shane (2010) の観点で言う平均的でないベンチャー起業家が強調され過ぎてしまっていると思われ、その他大多数の平均的な新興起業家研究を拡充させ、その成功に向けた示唆を得ることに意義があると考えたからである。ただし平均的な新興起業家の成功要因について実証分析する上で、少なくとも2つの論点があった。1つは、新興起業家の特性（特に人的資本）と創業活動の進展や業績との関係には未だ不明確な点が存在することである。2つめは、創業過程における重要なマイル・ストーンであるビジネスプランの作成と業績との関係性である。

そこで本研究では上記の2つの論点を踏まえた研究フレームワークを構築し、それにもとづいて議論を展開した。本フレームワークにおいては、新興起業の創業過程の大枠は、「起業機会の発見」と「起業機会の深耕」、そしてその結果としての「起業の成果」からなると考えている。既存研究では「起業機会の発見」に対して有効とされる人的資本が、「起業機会の深耕」に対しては有意な効果が示されていない (Davidsson and Honig, 2003; Diochon et al., 2008)。なお既存研究では「起業機会の深耕」を特定の創業活動の実施や複数種類ある創業活動の実施件数といった量的な観点から把握している。そのため本研究では、「起業機会の深耕」を質的な観点から把握するため、大江ほか (2015) の「実態に即したビジネスプラン」を「起業機会の深耕」の結果と位置付けた。

これらを踏まえて本研究の研究課題を改めてまとめると、平均的な新興起業家の特性・活動（特に人的資本）が「起業機会の深耕」および「起業の成果」に与える影響を明らかにすることである。その際、「起業機会の深耕」は、上述のとおり質的な側面に着目し「実態に即したビジネスプラン」の獲得により、「起業の成果」は、平均的な新興起業家にとって重要と考えられる「最初の黒字化」への到達により把握した。

1-2 第1章の要約（新興起業家の成功要因及び創業過程）

新興起業家を含む TMT が有する、財務的資本、非財務的な資本として人的資本と社会関係資本が、「起業機会の発見」、「起業機会の深耕」および「起業の成果」に与える影響について先行研究で明らかにされている主な事項を整理した。

財務的資本については、従前から起業に対して重要であると考えられてきたが、財務的資本の起業に対する有意な効果を示すものは少なく、むしろ非財務的資本である人的資本の重要性を示す証拠が数多く出されてきた。加えて、人的資本が有する人的・組織的なつながりとしての社会関係資本の重要性を示す証拠も複数提示されるに至っている。

人的資本については、学歴や過去の就業経験、創業経験が起業に対して有意な効果を持つことが示されている (Davidsson and Honig, 2003; Kim et al., 2006; Dimov, 2010)。しかし、それらの人的資本が創業活動の進展や業績に与える効果については不明確である (Davidsson and Honig, 2003; Diochon et al., 2008)。

社会関係資本については、Davidsson and Honig (2003) が、内部結束型社会関係資本と、橋渡し型社会関係資本とに二分化して、それぞれの影響について分析し、内部結束型社会関係資本は起業の意思決定に対して、橋渡し型社会関係資本は創業活動の進展や業績に対して有効であることを示した。

他方で創業過程については、各新興起業家が実施する個別の創業活動が多様であり、体系化は困難であるとされており、大枠のフレームワークが議論されている。特によく引用されているのが、Shane and Venkataraman (2000) による、「起業機会の発見」と「起業機会の深耕」との二区分である。

この二区分の創業過程に照らして先行研究を要約すると、「起業機会の発見」については財務的資本・人的資本・社会関係資本のいずれも充実した実証研究がなされ、いくつかの明確な関係性が示されてきた。一方で「起業機会の深耕」については、財務的資本・人的資本・社会関係資本のいずれも実証分析に苦労しているようである。特に人的資本については、創業過程の進展に直接的な効果があるとする少数の意見と、直接的な効果ではなく間接的な効果があるのみであるとする複数の意見との間で、整合が取れていない。この不明確さ・不整合の理由として、先行研究 (e.g., Davidsson and Honig, 2003; Diochon et al., 2008) が創業活動の実施件数や商品開発など特定の創業活動の有

無によって創業過程の進展を測定しており、起業機会が本当に深耕されたのかを十分に測定できていない可能性を指摘できる。

そこで、「起業機会の深耕」を多様な角度から測定し、人的資本との関係性を分析することで、現状の不明確さ・不整合を脱却する理論の発展に寄与することができると考えた。

1-3 第2章の要約（PSED（Panel Study of Entrepreneurial Dynamics））

PSED は、世界的に応用されている新興起業調査であり、その他の同様の調査と比較して新興起業家の特性や創業活動の状況を非常に精緻に調査している。そのため、平均的な新興起業家を想定したミクロ的な実証分析をする上で最も有用なデータであると考えた。特に本研究が焦点を当てる「起業機会の深耕」、そして人的資本・社会関係資本の観点からすると、PSED ならではの尺度構築と実証分析が可能である。

また PSED には調査項目の豊富さだけでなく、調査設計・方法上の優位性もある。創業過程の実態を把握する方法として、一定の成果を得ている起業家に対して回顧的なインタビューやアンケート調査を実施するものもあるが、こうした方法には回顧バイアスや生存バイアスが存在する可能性が指摘されている。一方で PSED では創業活動中の新興起業家に対して定期的な追跡調査を実施しており、これらのバイアスを統制できる。さらに PSED では一般国民からなるサンプルに対して、調査対象とする新興起業家を抽出するためのスクリーニング調査を行っており、本研究が着目する平均的な新興起業家の実態を把握できる。

ただし、PSED 関連の各国での取り組みは、その調査結果の公表状況に大きな課題がある。米国のように誰もが利用可能な公開データとなっていない場合が一般的であり、PSED を応用したデータ収集・蓄積を行っていない国も多数存在するのである。

そこで本研究は、米国で実施された PSED II のデータを用いた。なお米国では PSED I および PSED II と、2 回の調査が実施されているが、より追跡調査の期間が長く、新しい PSED II のデータを用いることとした。

1-4 第3章の要約（情報収集と活用に関する実証分析）

本章の実証分析は、創業活動を主導する TMT の有する情報量と情報処理能力に焦点

を当て、そのあるべき情報処理過程を実証的に解明しようと試みた。その際、起業機会の深耕の結果としての「実態に即したビジネスプラン」を有した状態に至るまでの過程に着目した。その結果から、TMT が過去のビジネス経験を有するほど、TMT の多様性が高いほど、情報収集活動とその活用活動を段階的に実施している新興起業ほど、人的な情報処理過程としての機会の深耕が効果的に行われ、「実態に即したビジネスプラン」を有するに至りやすいことが明らかとなった。

本実証分析の理論的貢献は 2 点ある。まず注目すべきは、創業活動におけるビジネスプランの役割が実証的に明らかになっていく一方で、その作成に至る人的な情報システムのあり方を示す実証的証拠の蓄積が未だ不十分であった点である。本章の実証分析では、この研究課題に際し、創業活動における TMT の情報量と情報処理能力、そして彼らの情報収集・活用のあるべき姿について、実証的な証拠を提示した。そして、Simon (1956) の満足化理論と同様に、機会の発見と深耕のために必要な水準の情報が収集されれば、経営的に脆弱な新興起業はそれ以上の探索費用はかけないことを実証的に示した。これらの新たな知見は、新興起業だけでなく、経営資源が限られた経営体が新事業を構想する際に、どのように人的な情報システムを構築すべきかを議論する上で、意義あるものと考えられる。

次に、新興起業における TMT の多様性と同質性に着目した本章の実証分析の結果は、創業メンバーの在り方について非常に興味深い知見を示している。先行研究では創業活動において TMT の多様性と同質性のどちらが望ましいかは定まっていなかったが、本章の実証分析の結果は、黒字化の可能性を高める「実態に即したビジネスプラン」の策定のためには、TMT の多様性が重要であることを発見した。これはつまり、起業や新規事業の立ち上げを構想する際、求められる経営情報は幅広い職能領域を包含したものであるべきことを意味する。そしてそれらの情報は、全てが形式知として低コストで収集・保持・活用できるわけではないであろう。今後は、(1) どの職能領域のどの情報が特に重要なのか、(2) それらの重要な情報をどのように形式化し、さらにはシステム化すべきか、といった新たな研究領域の発展が期待される。

1-5 第 4 章の要約（会計機能に関する実証分析）

本章の実証分析は、新興起業の創業過程における重要なマイル・ストーンへの到達

に向けて会計機能が果たす役割について実証的に把握することを目指した。その際、「起業機会の深耕」に関する「財務計画の策定」と「実態に即したビジネスプラン」、そして起業の結果としての「最初の黒字化」への貢献に着目した。

その結果、「財務計画の策定」は「実態に即したビジネスプラン」に、そして「実態に即したビジネスプラン」は「最初の黒字化」に貢献する可能性が強く示唆された。しかし、TMT 内の会計専門家が創業過程の進展に貢献する証拠は得られなかった。一方で、外部の会計専門家については、「財務計画の策定」と「最初の黒字化」に対して重要な貢献をしている可能性が示唆された。

本実証分析の理論的な貢献は少なくとも 2 点ある。先行研究では、小規模企業における外部の会計専門家の利用実態が示される一方、その業績への効果は整合していなかった。これに対して本研究は、小規模企業としての新興起業では外部の会計専門家が「財務計画の策定」と「最初の黒字化」に貢献する可能性を実証的に示した。外部の会計専門家が「起業機会の深耕」においてどのような貢献をもたらさうのかについて、解像度の高い関係性を明らかにしたことが、本章の実証分析の第 1 の理論的貢献である。

さらに本章の実証分析では、会計ならではの役割と考えられる「財務計画の策定」が創業過程の進展に非常に重要な意義を持つことを実証的に示した。ただし、「財務計画の策定」は、「最初の黒字化」のような起業の結果に直接的に効果をもたらすわけではなく、「実態に即したビジネスプラン」のような事業戦略・計画の質を高めることに直接的に大きな貢献する可能性が高い。いずれにせよ、創業過程における会計情報の役割を実証的に示したことが本章の実証分析の第 2 の理論的貢献である。

1-6 第 5 章の要約（新興起業家の志向と社会関係資本に関する実証分析）

第 3 章および第 4 章の実証分析では、新興起業家および TMT が持つ人的資本に着目して、「起業機会の深耕」との関連で重要なマイル・ストーンへの到達に向けた成功要因を分析した。しかし、Yusuf (2012) が指摘するように、TMT 内において必要な資本を獲得できない場合には、非公式支援もしくは公式支援として外部資源からそれらを補完することが想定される。そこで本章では、新興起業家が持つ社会関係資本の活用および TMT 以外の資本の活用に焦点を当て、その実態を把握することを目指して実証分析を行った。

本実証分析の結果から、橋渡し型社会関係資本を有することは「実態に即したビジネスプラン」および「最初の黒字化」の達成可能性を高める上で重要であることが明らかになった。また新興起業家は自ら選択的に社会関係資本を獲得しようとすることも想定されるが、事業規模の拡大を希望する新興起業家ほど社会関係資本を獲得しようとする可能性が示唆された。

本実証分析の理論的貢献は大きく 2 点ある。橋渡し型社会関係資本について、「起業機会の深耕」の質的な成果とみなすことができる「実態に即したビジネスプラン」と、「起業の成果」としての「最初の黒字化」の双方に対する有意な効果を確認した点である。これは、創業活動の実施件数という量的な起業機会の深耕度合いに着目した、Davidsson and Honig (2003) の実証結果と整合するものであった。

もう 1 つの理論的貢献として、新興起業家の事業規模拡大に対する意向によって、社会関係資本の獲得に対する意向が異なることを示した点があげられる。目標設定理論に整合して、事業規模の拡大を望む新興起業家ほど「起業機会の深耕」や「起業の成果」に効果があるとされている事業者団体に加入していることが明らかになった。

1-7 全体としての結論

本論文の研究課題は、平均的な新興起業家を対象として、「起業機会の深耕」および「起業の成果」の成功要因を、主に人的資本に着目して明らかにすることであった。その際、起業機会の深耕度合いは、既存研究では特定の創業活動の実施や複数種類ある創業活動の実施件数といった量的な観点から把握している場合が多いが、本研究では質的な観点に着目し、「実態に即したビジネスプラン」により把握した。また起業の成果は、平均的な新興起業家にとって重要と考えられる「最初の黒字化」により把握した。

この研究課題に対して、TMT が持つ人的資本だけでなく、外部資源によって補完する場合も考慮し、第 3 章から第 5 章にかけて 3 つの実証分析を行った。

第 3 章の実証分析では、質的な起業機会の深耕度合いとしての「実態に即したビジネスプラン」の獲得に至るまでの要因を、情報処理過程に焦点を当てて検証した。「実態に即したビジネスプラン」の獲得には、TMT が過去のビジネス経験を有し、その多様性が高いことが望ましいという結果が得られた。つまり質的な「起業機会の深耕」に対しては、TMT の人的資本が重要であることが示された。また情報処理過程の在り方と

しては、情報収集活動とその活用活動を段階的に実施するのが望ましいことが明らかになった。

続く第4章及び第5章の実証分析では、質的な「起業機会の深耕」に対しては、人的資本が有効であるという第3章の実証分析の結果を前提として、その「起業の成果」への影響も包括的に検証した。またその際に、TMT 内部の人的資本だけでなく、外部資源からそれらを補完する可能性にも留意した。

第4章の実証分析では、TMT 内外の会計機能と財務計画の策定が、「実態に即したビジネスプラン」及び「最初の黒字化」に対して与える影響をそれぞれ検証した。TMT 内の会計担当者による貢献に対する証拠は得られなかったが、外部の会計専門家を活用することは、「財務計画の策定」及び「最初の黒字化」に貢献している可能性が示された。なお外部の会計専門家の「実態に即したビジネスプラン」への貢献は確認されなかったが、「財務計画の策定」への貢献を通じて間接的に影響していることが想定され得る。つまり会計機能は必ずしも TMT 内部のみで賄うのではなく、外部資源を活用することも有効である可能性が示唆された。他方「財務計画の策定」は、「実態に即したビジネスプラン」に貢献している可能性が示されたが、「最初の黒字化」に対する直接的な貢献は確認されなかった。財務計画を策定することは、ビジネスプランの精度を高めるという点で重要であると考えられる。

第5章の実証分析では、TMT が持つ社会関係資本を通じて、TMT の人的資本を補完する可能性があることを前提とし、社会関係資本が「実態に即したビジネスプラン」及び「最初の黒字化」に対して与える影響をそれぞれ検証した。橋渡し型社会関係資本である「事業者団体への加入」と「政府・金融機関・地域による支援」は、「実態に即したビジネスプラン」及び「最初の黒字化」の双方に対する有意な効果が示された。つまり量的な起業機会の深耕度合いに着目した先行研究 (Davidsson and Honig, 2003) と整合し、質的な起業機会の深耕度合いに着目した場合にも、橋渡し型社会関係資本が有効であるということである。またそうした橋渡し型社会関係資本の獲得に向けた行動は、新興起業家の事業規模拡大に対する意向によって異なることが明らかになった。事業規模拡大を望む新興起業家ほど、「事業者団体に加入していることが示された。

以上の第3章から第5章にかけての3つの実証分析によって明らかになった事項を一つの図にまとめると以下のとおりとなる。

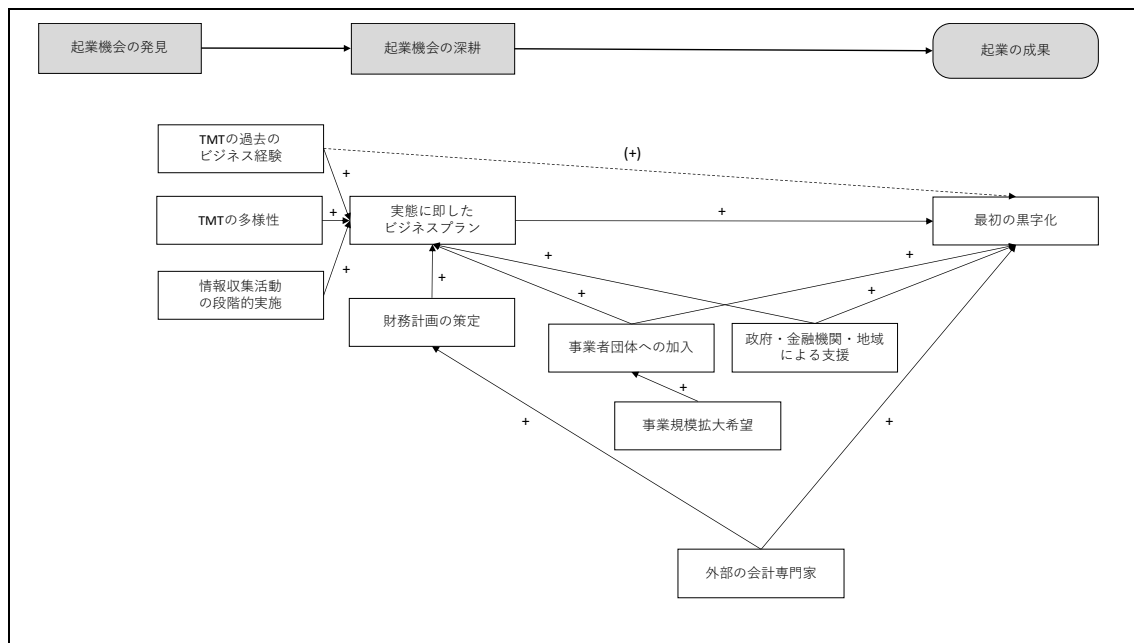


図 6-1 本研究から明らかになった関係性のまとめ

1-8 本研究の貢献と限界

(1) 本研究の理論的貢献

本研究では、特に人的資本に着目し「起業機会の深耕」と「起業の成果」の要因を包括的に明らかにした。本研究の理論的貢献は、少なくとも以下の2つの点がある。

1つ目の理論的貢献は、起業機会の深耕度合いを質的な側面から把握し、その成功要因を明らかにした点である。既存研究では特定の創業活動の実施や実施した創業活動の件数といった量的な側面から起業機会の深耕度合いを把握しているが、本研究では「実態に即したビジネスプラン」といった質的な側面から把握した。また「実態に即したビジネスプラン」の「最初の黒字化」に対する有効性が各分析を通じて強く支持されており、起業機会の深耕の質的な中間成果が起業の成果に対しても有効である可能性が示唆された。

2つ目の理論的貢献は、質的な側面に着目した場合、起業機会の深耕に対して人的資本が有効であることを明らかにした点である。既存研究では人的資本は起業機会の発見に対して有意な効果が示されていたが、起業機会の深耕や起業の成果には有意な効果はあまり示されていない。「実態に即したビジネスプラン」という質的な起業

機会の深耕に着目した場合、TMT 内では、創業経験、同一業種での就業経験多様性が、TMT 外では橋渡し型社会関係資本が有意な効果を持つことが示された。また橋渡し型社会関係資本は、起業の成果としての「最初の黒字化」にも有効であることが確認された。加えて直接検証したわけではないが、各分析を通じて TMT の創業経験が「最初の黒字化」に有効であるという結果が得られている。

(2) 本研究の実務的貢献

他方で実務的貢献として、以下にまとめる経営・政策的含意が得られたことがあげられる。

■ 起業機会の深耕と起業の成果の成功要因

本研究では、起業機会の深耕度合いを質的な側面から「実態に即したビジネスプラン」により、起業の成果を平均的な新興起業家にとって重要である「最初の黒字化」により把握して、それぞれの要因を検証した。この実証分析の結果から以下のような示唆が得られた。

「実態に即したビジネスプラン」の獲得には、TMT 内外の人的資本という観点では、TMT が過去の創業経験や同一業種での就業経験を持ち、TMT の多様性が高く、橋渡し型社会関係資本を有していることが望ましい。また「実態に即したビジネスプラン」の獲得に有効な活動という観点では、情報収集活動とその活用活動を段階的に実施すること、財務計画を策定することが望ましい。

一方で「最初の黒字化」の到達には、外部の会計専門家を活用し、橋渡し型社会関係資本を有することが望ましい。なお TMT の過去のビジネス経験と多様性は、その「最初の黒字化」に対する影響を本研究で直接検証したわけではないが、第 4 章及び第 5 章の実証分析においてコントロール変数として組み入れており、過去のビジネス経験のうち、創業経験はいずれの分析においても「最初の黒字化」への正の効果が確認されている。

■ 起業機会の深耕に関する質的な指標（マイル・ストーン）

既存研究では起業機会の深耕度合いを、特定の創業活動の実施や創業活動の実施件数といった量的な観点から把握している場合が多いが、本研究では「実態に即したビジネ

スプラン」の獲得という質的な観点から把握し実証分析を行った。

そして「実態に即したビジネスプラン」は、いずれの分析においても「最初の黒字化」に対して有効であるという結果が得られた。そのため将来的な「最初の黒字化」を目指した、起業機会の深耕度合いを測る質的な指標として、「実態に即したビジネスプラン」を用いることに一定の妥当性が示された。つまり新興起業家やその関係者が創業活動の進捗を把握しようとする際の1つのマイル・ストーンとして「実態に即したビジネスプラン」が有効であると考えられる。

■ 人的資本の外部資源からの補完

本研究では、特に人的資本に着目して、起業機会の深耕及び起業の成果の要因を検証しているが、TMT内の人的資本だけでなく、外部資源によりそれを補完している可能性も考慮している。

本研究の実証分析結果を踏まえれば、必ずしも全ての人的資本をTMT内に確保しなくても、外部資源により補完できると考えられる。TMT内の人的資本のみに着目した第3章の実証分析では、TMTの過去の創業経験、同一業種での就業経験、多様性がある有意な効果があるという結果が得られた。一方で外部専門家や社会関係資本を考慮した第4章及び第5章の実証分析では、必ずしもこれらの全てが有意に効果的であるという結果は得られなかった。つまり、外部専門家や社会関係資本により補完している可能性が示唆されている。

さらに第4章で着目した会計機能について言えば、TMT内の会計担当者の存在は、起業機会の深耕及び起業の成果の双方に対して有意な効果は確認されなかったが、外部の会計専門家の活用は「財務計画の策定」及び「最初の黒字化」に有意な効果が確認された。つまり外部資源を活用した場合の方が、効果的である可能性も示唆されている。

(3) 本研究の限界

しかし一方で本研究には、上記の理論的・実務的貢献があるものの、いくつかの限界がある。質的な側面から起業機会の深耕度合いを把握するために、「実態に即したビジネスプラン」の獲得に着目したが、この他にも起業機会の深耕度合いを把握するための重要な創業活動が存在している。それらを対象とした場合、その成功要因や各要

因の影響のメカニズムは今回の実証分析の結果とは異なる可能性がある。起業機会の深耕度合いの質的な側面に着目した実証研究が今後蓄積されることで、起業機会の深耕の過程や成功要因に関する理解が高まっていくことが期待される。

また本研究で対象とした TMT の人的資本や創業活動は、データの制約からそれぞれを一側面から変数化し分析モデルに組み入れたに過ぎない。例えば第 5 章の社会関係資本に関する実証分析では、「事業者団体への加入」と「政府・金融機関・地域による支援」の 2 つの観点から橋渡し型社会関係資本を把握した。しかしこれら以外の橋渡し型社会関係資本が活用されていることも想定されるため、より幅広い範囲の社会関係資本を対象として分析した場合には、異なる結果が得られる可能性も考えられる。この点はデータの制約に依るところもあり、今後研究が蓄積されるだけでなく、新興起業家に関する調査において、社会関係資本の項目が拡充されることも期待される。

第 2 節 今後の研究課題

上記で指摘した限界に対応して、2 つの今後の研究課題が想定される。1 つには、質的な起業機会の深耕度合いを把握する指標として、「実態に即したビジネスプラン」以外に着目した研究が蓄積されることで、起業機会の深耕に関する理解がさらに深まることが期待される。もう 1 つには、本研究で対象とした各変数に関するデータが充実し、より多面的に捉えた上で影響を検証することが必要である。

加えて本研究の実証分析では、PSED II のパネルデータとしての特性を活かし、離散時間ロジットモデルによるイベントヒストリー分析を実施したが、その特性を十分に活用しきれていないわけではない。さらにパネルデータとしての特性を活かし、差の差 (differences in differences)、固定効果 (fixed effects) やランダム効果分析

(random effects) 等といった分析を通じて、新興起業家の人的資本や活動等の因果効果が検証されることが期待される。

最後は、本研究は米国の新興起業家を対象とした PSED II のデータにもとづくものであり、研究を通じて得られた示唆は米国の新興起業家やその社会経済的環境を想定するものであるという点である。そのため本研究で得られた示唆を日本の新興起業家に適用する際には留意が必要である。PSED が同様の調査設計で各国で実施されてお

り、それらのデータを用いた実証分析から、実際に新興起業の成功要因の国や地域による相違が明らかにされている (Davidsson and Honig, 2003; Delmar and Davidsson, 2000)。また第 1 章に掲載した各国の GEM の総合起業活動指数を見ても、日本が 3.8、米国が 13.8 と新興起業を巡る状況に大きな違いがあることが明白である。そのため日本の新興起業家に関する同様のパネルデータをもとに日本への適用可能性を検証する必要がある。その際、PSED と同様な調査設計にすることで、PSED が既に実施されている国との国際比較も容易になり、日本特有の課題を相対的に把握しやすくなると考えられる。

参考文献

- 新井康平、梶原武久、槇下伸一郎「スタートアップ企業における予算管理システムの有用性」『原価計算研究』第36巻, 第1号, 2012年4月号, 58-67ページ.
- 大江秋津、岩井良和、岡田幸彦「新興起業における実態に即したビジネスプランと黒字化との関係の実証分析」『組織科学』第49巻, 第2号, 2015年12月号, 66-78ページ.
- 大江秋津「イノベーションをもたらす技術知識の獲得—技術・市場的知識オーバーラップモデルの実証研究—」『経営情報学会誌』第20巻, 第4号, 2012年3月号, 245-263ページ.
- 片岡洋人、岡田幸彦、窪田祐一「会計デザイン—ポイント交換プログラムの生成・進化の経験から—」『会計』第181巻, 第5号, 2012年号, 115-127ページ.
- 遠山暁、村田潔、岸眞理子『経営情報論（新版）』, 2011年, 有斐閣.
- Adler, Paul S., and Kwon, S., "Social Capital: Prospects For A New Concept." *Academy of Management Review*, Vol. 27, No.1, 2002, pp.17-40.
- Aldrich, H., *Organizations Evolving*, London: Sage Publications, 1999 (若林直樹・高瀬武典・岸田民樹・坂野友昭・稲垣京輔訳『組織進化論—企業のライフサイクルを探る』東洋経済新聞社, 2007).
- Allison, P. D., "Discrete-time methods for the analysis of event histories," *Sociological methodology*, Vol.13, 1982, pp.61-98.
- Arnold, J. L., Cherry, A. A., Diamond, M. A., and Walker, J. A., "Small business: an area ripe for practice development," *Journal of Accountancy*, 1984.
- Belsley, D. A., Kuh, E., and Welsch, R. E., *Regression diagnostics: identifying influential data and sources of collinearity*, John Wiley & Sons, 1980.
- Bennett, R. J., "Expectations-based evaluation of SME advice and consultancy: an example of business link services," *Journal of small business and enterprise development*, Vol.14, No. 3, 2007, pp.435-457.
- Berry, A. J., Sweeting, R., and Goto, J., "The effect of business advisers on the performance of SMEs," *Journal of small business and enterprise development*, Vol. 13, No.1, 2006, pp.33-47.
- Berry, M., "Strategic planning in small high tech companies," *Long range planning*, Vol. 31, No.3, 1998, pp.455-466.
- Bhave, M. P., "A process model of entrepreneurial venture creation," *Journal of Business Venturing*, Vol.9, No.3, 1994, pp.223-242.
- Bhide, A., *The origin and evolution of new businesses*, Oxford University Press on Demand, 2000.

- Bird, B., "Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention," *Academy of management Review*, Vol.13, No.3, 1988, pp.442-453.
- Birley, S., and Niktari, N., *The failure of owner-managed businesses: the diagnosis of accountants and bankers*, Institute of Chartered Accountants in England and Wales in conjunction with BDO Stoy Hayward, 1995.
- Bosma, N., Van Praag, M., Thurik, R., and De Wit, G., "The value of human and social capital investments for the business performance of startups," *Small Business Economics*, Vol.23, No.3, 2004, pp.227-236.
- Bracker, J., and Pearson, J.N., "Planning and financial performance of small, mature firms," *Strategic Management Journal*, Vol.7, No6, 1986, pp.503-522.
- Campbell, J., and De Nardi, M. 2009. A conversation with 590 nascent entrepreneurs. *Annals of Finance*, 5(3), 313-340.
- Carey, P., Simnett, R. and Tanewski, G., *Providing Business Advice to Small and Medium-sized Enterprises*, Report prepared for CPA Australia, 2005.
- Carroll, G. R., and Hannan, M. T., *The demography of corporations and industries*. Princeton University Press, 2000.
- Cassar, G., "Entrepreneur opportunity costs and intended venture growth," *Journal of Business Venturing*, Vol.21, No.5, 2006, pp.610-632.
- Cassar, G., "Financial statement and projection preparation in start-up ventures," *The Accounting Review*, Vol. 84, No.1, 2009, pp.27-51.
- Cassar, G., "Money, money, money? A longitudinal investigation of entrepreneur career reasons, growth preferences and achieved growth," *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol.19, No.1, 2007, pp.89-107.
- Cassar, G., and Friedman, H., "Does self - efficacy affect entrepreneurial investment?," *Strategic Entrepreneurship Journal*, Vol.3, No.3, 2009, pp.241-260.
- Cassar, G., and Ittner, C. D., "Initial retention of external accountants in startup ventures," *European accounting review*, Vol.18, No.2, 2009, pp.313-340.
- Castrogiovanni, G. J., "Pre-startup planning and the survival of new small businesses: Theoretical linkages," *Journal of management*, Vol.22, No.6, 1996, pp.801-822.

- Collis, J., and Jarvis, R., "Financial information and the management of small private companies," *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol.9, No.2, 2002, pp.100-110.
- Cohen, W. M., and Levinthal, D.A., "Absorptive capacity: a new perspective on learning and innovation," *Administrative Science Quarterly*, 1990, pp.128-152.
- Curtin, R., and Reynolds, P., "PANEL STUDY OF ENTREPRENEURIAL DYNAMICS History of the Research Paradigm," 2007
- Davidsson, P., and Honig, B., "The role of social and human capital among nascent entrepreneurs," *Journal of Business Venturing*, Vol.18, No.3, 2003, pp.301-331.
- De Clercq, D., Menzies, T. V., Diochon, M., and Gasse, Y., "Explaining nascent entrepreneurs' goal commitment: An exploratory study," *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, Vol.22, No.2, 2009, pp.123-139.
- Delmar, F., and Davidsson, P., "Where do they come from? Prevalence and characteristics of nascent entrepreneurs," *Entrepreneurship & regional development*, Vol.12, No.1, 2000, pp.1-23.
- Delmar, F., and Shane, S., "Does business planning facilitate the development of new ventures?," *Strategic management journal*, Vol.24, No.12, 2003, pp.1165-1185.
- Delmar, F., and Shane, S., "Legitimizing first: Organizing activities and the survival of new ventures," *Journal of Business Venturing*, Vol.19, No.3, 2004, pp.385-410.
- Davidsson, P., and Gordon, S. R., "Panel studies of new venture creation: a methods-focused review and suggestions for future research," *Small Business Economics*, Vol.39, No.4, 2012, pp. 853-876.
- Dimov, D., "Beyond the single-person, single-insight attribution in understanding entrepreneurial opportunities," *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol.31, No.5, 2007, pp.713-731.
- Dimov, D., "Nascent entrepreneurs and venture emergence: Opportunity confidence, human capital, and early planning," *Journal of Management Studies*, Vol.47, No.6, 2010, pp.1123-1153.
- Diochon, M., Menzies, T. V., and Gasse, Y., "*Exploring the nature and impact of gestation-specific human capital among nascent entrepreneurs*," *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Vol.13, No.02, 2008, pp.151-165.
- Earley, C. P., and Mosakowski, E., "Creating hybrid team cultures: An empirical test of transnational team functioning," *Academy of Management Journal*, Vol.43, No.1, 2000, pp.26-49.
- Foster, L., Haltiwanger, J., and Krizan, C. J., "The link between aggregate and micro productivity growth: Evidence from retail trade," *National Bureau of Economic Research*, 2002.

- Frid, C., "Publication Based on the Panel Study of Entrepreneurial Dynamics," 2016
- Gartner, W. B., and Carter, N. M., *Entrepreneurial behavior and firm organizing processes. In Handbook of entrepreneurship research*, Springer, Boston, MA., 2003.
- Gibson, C. P., and O' Connor, T., "Influences on strategic planning process among Irish SMEs," *Journal of Small Business Management*, Vol.43, No.2, 2005, pp.170-186.
- Gimeno, J., Folta, T. B., Cooper, A. C., and Woo, C. Y., "Survival of the fittest? Entrepreneurial human capital and the persistence of underperforming firms," *Administrative Science Quarterly*, Vol.42, No.4, 1997, pp.750-783.
- Glaeser, E. L., Laibson, D., and Sacerdote, B., "An economic approach to social capital," *The Economic Journal*, Vol.112, No.483, 2002, pp.437-458.
- Global Entrepreneurship Research Association, "Global Report 2016/17," 2017
- Gooderham, P. N., Tobiassen, A., Døving, E., and Nordhaug, O., "Accountants as sources of business advice for small firms," *International small business journal*, Vol.22, No.1, 2004, pp. 5-22.
- Grinyer, P. H., and Norburn, D., "Planning for existing markets: Perceptions of executives and financial performance," *Journal of the Royal Statistical Society, Series A (General)*, 1975, pp.70-97.
- Gruber, M., "Uncovering the value of planning in new venture creation: A process and contingency perspective," *Journal of Business Venturing*, Vol.22, No.6, 2007, pp.782-807.
- Halabi, A. K., Barrett, R., and Dyt, R., "Understanding financial information used to assess small firm performance: An Australian qualitative study," *Qualitative Research in Accounting & Management*, Vol.7, No.2, 2010, pp.163-179.
- Haber, S., and Reichel, A., "Identifying performance measures of small ventures—the case of the tourism industry," *Journal of Small Business Management*, Vol.43, No.3, 2005, pp.257-286.
- Headd, B., "Redefining business success: Distinguishing between closure and failure," *Small business economics*, Vol.21, No.1, 2003, pp.51-61.
- Helfat, C. E., and Lieberman, M. B., "The birth of capabilities: market entry and the importance of pre-history," *Industrial and Corporate Change*, Vol.11, No.4, 2002, pp.725-760.
- Ho, Y. P., and Wong, P. K., "Financing, regulatory costs and entrepreneurial propensity," *Small Business Economics*, Vo.28, No.2, 2007, pp.187-204.
- Horngren, Charles T., Gary L. Sundem, and William O. Stratton, *Introduction to management accounting*, Prentice Hall College Div, 1999(渡邊俊輔 監訳「マネジメントアカウンティング」TAC

出版, 2000).

- Honig, B., "Learning strategies and resources for entrepreneurs and intrapreneurs," *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol.26, No.1, 2001, pp.21-36.
- Honig, B., "Entrepreneurship education: Toward a model of contingency-based business planning." *Academy of Management Learning & Education*, Vol.3, No.3, 2004, pp. 258-273.
- Honig, B., and Karlsson, T., "Institutional forces and the written business plan." *Journal of Management*, Vol.30, No.1, 2004, pp.29-48.
- Huber, G. P., "Organizational learning: The contributing processes and the literatures," *Organization Science*, Vol.2, No.1, 1991, pp.88-115.
- Jarvis, R., Kitching, J., Curran, J., and Lightfoot, G., *The financial management of small firms: an alternative perspective*, Certified Accountants Educational Trust, 1996.
- Katila, R., and Ahuja, G., "Something old, something new: A longitudinal study of search behavior and new product introduction," *Academy of Management Journal*, Vol.45, No.6, 2002, pp.1183-1194.
- Kim, P. H., and Aldrich, H. E., "Social capital and entrepreneurship," *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, Vol.1, No.2, 2005, pp.55-104.
- Kim, P., Aldrich, H., and Keister, L., "Access (not) denied: The impact of financial, human, and cultural capital on entrepreneurial entry in the United States," *Small Business Economics*, Vol.27, No.1, 2006, pp.5-22.
- Kirby, D. A., & King, S. H., "Accountants and small firm development: filling the expectation gap," *Service Industries Journal*, Vol.17, No.2, 1997, pp.294-304.
- Klepper, S., "The capabilities of new firms and the evolution of the US automobile industry," *Industrial and corporate change*, Vol.11, No.4, 2002, pp.645-666.
- Lange, J. E., Molloy, A., Pearlmutter, M., Singh, S., & Bygrave, W. D., "Pre-start-up formal business plans and post-start-up performance: A study of 116 new ventures." *Venture Capital*, Vol. 9, No.4, 2007, pp.237-256.
- Lazear, E. P., "Balanced skills and entrepreneurship," *The American Economic Review*, Vol.94, No.2, 2004, pp.208-211.
- Lerner, M., and Haber, S., "Performance factors of small tourism ventures: the interface of tourism, entrepreneurship and the environment," *Journal of Business Venturing*, Vol.16, No.1, 2001, pp. 77-100.

- Liao, J., and Gartner, W. B., "The effects of pre-venture plan timing and perceived environmental uncertainty on the persistence of emerging firms," *Small Business Economics*, Vol.27, No.1, 2006, pp.23-40.
- Liao, J. J., and Welsch, H., "Patterns of venture gestation process: Exploring the differences between tech and non-tech nascent entrepreneurs," *The Journal of High Technology Management Research*, Vol.19, No.2, 2008, pp.103-113.
- Liao, J., and Welsch, H., "Roles of social capital in venture creation: Key dimensions and research implications," *Journal of small business management*, Vol.43, No.4, 2005, pp.345-362.
- Liao, J., and Welsch, H., "Social capital and entrepreneurial growth aspiration: a comparison of technology and non-technology-based nascent entrepreneurs," *The Journal of high technology management research*, Vol.14, No.1, 2003, pp.149-170.
- Liao, J. J., Welsch, H., and Tan, W. L., "Venture gestation paths of nascent entrepreneurs: Exploring the temporal patterns," *The Journal of High Technology Management Research*, Vol.16, No.1, 2005, pp.1-22.
- March, J. G., "Exploration and exploitation in organizational learning," *Organization Science*, Vol.2, No.1, 1991, pp.71-87.
- Marriott, N., and Marriott, P., "Professional accountants and the development of a management accounting service for the small firm: barriers and possibilities," *Management accounting research*, Vol.11, No.4, 2000, pp.475-492.
- Mitchell, F., and Reid, G. C., "Problems, challenges and opportunities: the small business as a setting for management accounting research," *Management Accounting Research*, Vol.11, No.4, 2000, pp.385-390.
- Moorman, C., "Organizational market information processes: cultural antecedents and new product outcomes," *Journal of Marketing Research*, 1995, pp.318-335.
- Nahapiet, J., and Ghoshal, S., "Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage," *Academy of Management Review*, Vol.23, No.2, 1998, pp.242-266.
- Nahapiet, J., and Ghoshal, S., "Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage," *Academy of management review*, Vol.23, No.2, 1998, pp.242-266.
- Petrova, K., "Part-time entrepreneurship and financial constraints: evidence from the Panel Study of Entrepreneurial Dynamics," *Small Business Economics*, Vol.39, No.2, 2012, pp.473-493.
- Pfeffer, J., *Organizational demography*, In L.L. Cummings & B.M. Staw (Eds.). Research in

- Organizational Behavior(pp. 299-357), Vol.5, JAI Press, 1983.
- Robinson, R. B., and Pearce, J. A., "Research thrusts in small firm strategic planning," *Academy of management Review*, Vol.9, No.1, 1984, pp.128-137.
- Robson, P. J., and Bennett, R. J., "SME growth: The relationship with business advice and external collaboration," *Small business economics*, Vol.15, No3, 2000, pp.193-208.
- Reynolds, P. D., "Informal and early formal financial support in the business creation process: Exploration with PSED II data set," *Journal of Small Business Management*, Vol.49, No.1, 2011, pp.27-54.
- Reynolds, P. D., "New firm creation in the United States a PSED I overview," *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, Vol.3, No.1, 2007, pp.1-150.
- Reynolds, P. D., "Who starts new firms?—Preliminary explorations of firms-in-gestation," *Small Business Economics*, Vol.9, No.5, 1997, pp.449-462.
- Reynolds, P. D., and Curtin, R. T., "Panel Study of Entrepreneurial Dynamics Program rationale and Description," 2007
- Reynolds, P., and Miller, B., "New firm gestation: Conception, birth, and implications for research," *Journal of Business Venturing*, Vol.7, No.5, 1992, pp.405-417.
- Rue, L. W., *Theoretical and operational implications of long-range planning on selected measures of financial performance in US industry* (Unpublished doctoral dissertation), Georgia State University, Georgia, USA, 1973.
- Shane, S. A., *The illusions of entrepreneurship: The costly myths that entrepreneurs, investors, and policy makers live by*, Yale University Press, 2010
- Shane, S and Delmar, F., "Planning for the market: business planning before marketing and the continuation of organizing efforts," *Journal of Business Venturing*, Vol.19, No.6, 2004, pp.767-785.
- Shane, S., and Venkataraman, S., "The promise of entrepreneurship as a field of research," *Academy of Management Review*, Vol.25, No.1, 2000, pp. 217-226.
- Shepherd, D. A., Douglas, E., and Shanley, M., "New venture survival: Ignorance, external shocks, and risk reduction strategies," *Journal of Business Venturing*, Vol.15, No.5, 2000, pp.393-410.
- Simon, H. A., "Rational choice and the structure of the environment," *Psychological Review*, Vol.63, No.2, 1956, pp.129.

- Simons, T., Pelled, L. H., and Smith, K. A., "Making use of difference: Diversity, debate, and decision comprehensiveness in top management teams," *Academy of management journal*, Vol.42, No.6, 1999, pp.662-673.
- Song, M., Wang, T., and Parry, M. E., "Do market information processes improve new venture performance?," *Journal of Business Venturing*, Vol.25, No.6, 2010, pp.556-568.
- Stinchcombe, A. L., "Organizations and social structure," *Handbook of organizations*, Vol.44, No.2, 1965, pp.142-193.
- Tang, J., and Tang, Z., "The relationship of achievement motivation and risk-taking propensity to new venture performance: A test of the moderating effect of entrepreneurial munificence," *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, Vol.4, No.4, 2007, pp.450-472.
- Townsend, D. M., Busenitz, L. W., and Arthurs, J. D., "To start or not to start: Outcome and ability expectations in the decision to start a new venture," *Journal of Business Venturing*, Vol.25, No.2, 2010, pp.192-202.
- Van Praag, C. M., and Versloot, P. H., "What is the value of entrepreneurship? A review of recent research," *Small business economics*, Vol.29, No.4, pp.351-382.
- West, P. G., and Noel, T. W., "The impact of knowledge resources on new venture performance," *Journal of Small Business Management*, Vol.47, No.1, 2009, pp.1-22.
- Westlund, H., and Bolton, R., "Local social capital and entrepreneurship," *Small business economics*, Vol.21, No.2, 2003, pp.77-113.
- Wood, D. R., and LaForge, R. L., "The impact of comprehensive planning on financial performance," *Academy of Management Journal*, Vol.22, No.3, 1979, pp.516-526.
- Wright, P. M., and Snell, S. A., "Toward a unifying framework for exploring fit and flexibility in strategic human resource management," *Academy of management review*, Vol.23, No.4, 1998, pp.756-772.
- Yusuf, J. E., "Why do nascent entrepreneurs use external assistance programs?," *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, Vol.1, No.2, pp.166-182.